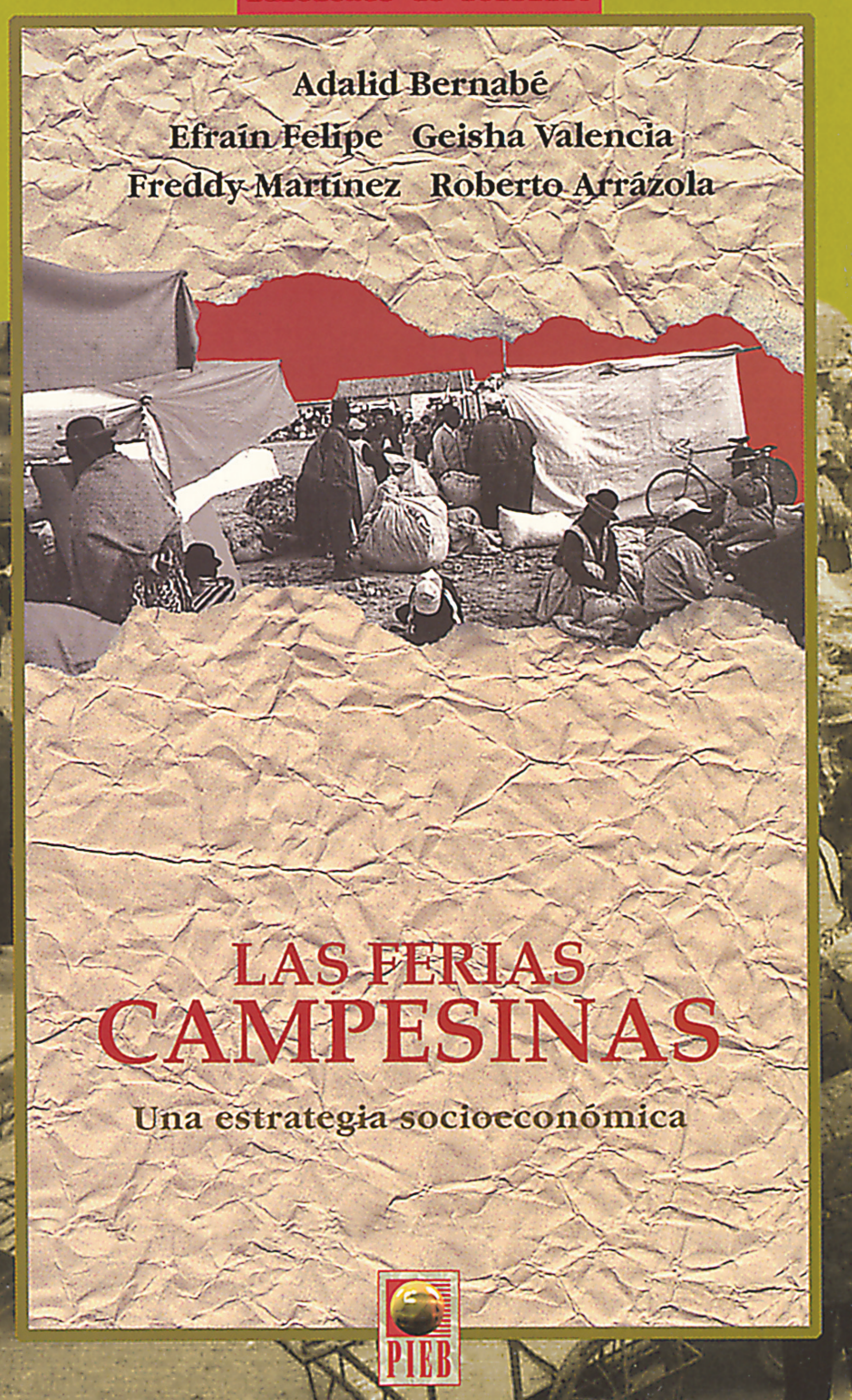

Ediciones de Bolsillo
Adalid Bernabé
Efraín Felipe Geisha Valencia
Freddy Martínez Roberto Arrázola
LAS FERIAS
CAMPESINAS
Una estrategia socioeconómica
PIEB

Las ferias campesinas

Una estrategia socioeconómica

LIBROS DE BOLSILLO

Las ferias campesinas
Una estrategia socioeconómica

Adalid Bernabé Uño (resp.)
Efraín Felipe Condori
Freddy Bernabé Martínez
Geisha Valencia Salinas
Roberto Arrázola Serrano



PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA EN BOLIVIA

La Paz-2003

Esta publicación cuenta con el auspicio del Directorio General para la Cooperación Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores de los Países Bajos (DGIS).

Bernabé Uno, Adalid

Las ferias campesinas una estrategia socioeconómica / Adalid Bernabé Uño; Geisha Valencia Salinas; Efraín Felipe Condori; Roberto Arrázola Serrano; Freddy Bernabé Martínez. — La Paz : FUNDACIÓN PIEB, Agosto 2003.

118 p. ; 21 cm; ilus; cuad. — (Ediciones de Bolsillo ; no. 8)

D.L.: 4-1-1107-03

I.S.B.N.: 99905-68-47-03 : Encuadernado

FERIAS COMERCIALES / COMERCIO AGRÍCOLA / COMERCIO ENTRE REGIONES / PRODUCTOS AGRÍCOLAS / DESARROLLO AGROPECUARIO
1. título **2.** serie

Edificio Fortaleza, Piso 6, Of. 601
Av. Arce N° 2799, esquina calle Cordero, La Paz
Teléfonos: 2 43 25 82 - 2 43 52 35
Fax 2 43 18 66
Correo electrónico: fundapieb@unete.com
website: www.pieb.org
Casilla postal: 12668

Diseño gráfico de cubierta: Alejandro Salazar

Edición: **entrelíneas.** COMUNICACIÓN EDITORIAL-Mónica Navia

Producción: EDOBOL
Telf.: 2 41 04 48
La Paz - Bolivia

Impreso en Bolivia
Printed in Bolivia

Índice

Prólogo

Existen muy pocos estudios sobre el rol histórico que han jugado las ferias y las fiestas en la recreación de las estrategias socioeconómicas de los pueblos andinos. La población boliviana, especialmente indígena, mantiene en esencia la cultura andina recibida de nuestros antepasados prehispánicos. Sin duda, a través de la historia ha absorbido e insertado a su cosmovisión los cambios impuestos y no impuestos de la colonización española iniciada en 1532 y las políticas neoliberales introducidas desde el norte en los últimos 50 años, a través de la economía de mercado y la homogeneización de la cultura occidental. A pesar de ello, esta cultura ha mantenido diferenciadamente los rasgos fundamentales de su cosmovisión, basada en una organización social comunitaria y un diálogo intercultural que han permitido mantener las dimensiones espirituales, sociales y materiales de la vida cotidiana.

Las ferias y las fiestas son parte de estos múltiples espacios físicos, naturales y socioeconómicos que están muy relacionados a los calendarios agrícola-rituales. Estos espacios y tiempos impregnados de cultura indígena, poder, comunidad y formación de identidades en cada contexto específico de la historia local, microrregional y regional, interactúan permanentemente con otras lógicas económicas y se transforman continuamente a lo largo del tiempo. La interrelación equilibrada y dinámica de los ámbitos de las vidas material, social y espiritual ha permitido recrear una identidad cultural que se niega todavía a ser absorbida y fagocitada por la globalización de la economía de mercado, como una única lógica económica y cultural.

El presente libro de Adalid Bernabé Uño, que tengo el enorme placer y honor de presentar, nos permite enfocar el tema de la economía, las estrategias campesinas y las ferias-fiestas, no como un producto estructural de la historia económica regional, sino como procesos sociales en los que participan diferentes grupos sociales en permanente proceso de recreación, que van desde intermediarios especializados en ciertos productos (mayoristas o minoristas), comerciantes ambulantes de mercado, eventuales comerciantes campesinos, transportistas y agentes de desarrollo de organismos gubernamentales y no gubernamentales.

Los resultados que Bernabé nos presenta en este trabajo de investigación, realizado en el marco del Programa de Investigación Estratégica de Bolivia (PIEB), de que los pueblos y comunidades de las provincias de Cercado y Saucarí, con mayor o menor influencia cultural de nuestros antepasados originarios quechuas, aymaras o urus, han conformado extensas redes de parentesco y de comercialización, perpetuando un carácter distinto de mercado a partir de una lógica comunitaria y de complementariedad ecosimbiótica, donde las ferias juegan un rol fundamental como espacios socioeconómicos, son un aporte para la recreación de nuevos paradigmas de la ciencia y el desarrollo, pero sustancialmente pueden ser la base para la elaboración de políticas y programas de desarrollo innovativos que consideren los saberes y las estrategias locales en una perspectiva de verdadero diálogo intercultural.

El trabajo de Bernabé, a quien tuve el placer de conocer en su paso por aulas de AGRUCO en la Universidad Mayor de San Simón a través de su tesis de licenciatura y en la maestría en Agroecología, Cultura y Desarrollo Sostenible, ha tenido el mérito de realizar una investigación con un enfoque transdisciplinar, muchas veces limitado a expertos especialistas etnohistoriadores, sociólogos o antropólogos. Además, la gran sensibilidad social que tiene este joven investigador ha permitido aplicar un enfoque participativo, que se expresa en lo que él ha llamado «aprendizaje mutuo», al referirse a la relación con aquéllos que el neopositivismo llamaría los «objetos de investigación».

En esta perspectiva de aprendizajes sociales y diálogos interculturales es necesario resaltar la recomendación que hace acerca de profundizar investigaciones en temáticas específicas e integrales que permitan avanzar en una mayor comprensión de la cosmovisión de los pueblos originarios de Bolivia. Sin duda, el esfuerzo de trabajar la interrelación entre las ferias y

las fiestas debe ser una prioridad en la perspectiva de avanzar de los espacios socioeconómicos a los espacios tiempo-sagrados, donde la fiesta a través de los rituales permite conectarse con la naturaleza y las deidades.

Ph.D. Freddy Delgado Burgoa
Agrónomo

Introducción

Las ferias en el Altiplano son el fenómeno más importante en la economía de los pueblos, sobre todo para la población campesina, pues moldean las particularidades de cada espacio socioeconómico y, en algunos casos, son el puntal para el desarrollo del pueblo y del intercambio comercial. Precisamente por la importancia que han adquirido hoy en día en la economía regional, las ferias campesinas se están constituyendo en una respuesta a la crisis económica del país, es decir, en una oportunidad para el desarrollo de la economía informal.

Las ferias campesinas. Una estrategia socioeconómica estudia una experiencia concreta en el marco de la investigación participativa, con el objeto de analizar el proceso histórico, mostrar algunos planos de la economía campesina, describir la naturaleza de los espacios socioeconómicos, analizar la lógica de funcionamiento y la dinámica regional e interregional de las ferias campesinas, así como las estrategias campesinas propias de cada ámbito y sus relaciones sociales, cuya comprensión es vital para la configuración de los espacios feriales, puesto que la presencia campesina es el motor de la dinámica de las ferias campesinas.

En el documento se muestran algunas particularidades de las ferias campesinas como estrategia socioeconómica a partir de las respuestas a interrogantes como: ¿Qué actores sociales intervienen? ¿Qué dinámica generan? ¿Cuáles son las particularidades de cada actividad? ¿Qué importancia tiene en la esfera local y regional? ¿La feria es una recreación de los modos de vida del campesino o un medio para vincularse al mercado? Además, el presente trabajo intenta contribuir a una mejor reflexión sobre el tema al generar conceptos y teorías desde la experiencia

de investigación *in situ* y también considerar los puntos de vista de diferentes autores.

Asimismo, se incursiona en las políticas públicas de los municipios de Toledo, El Choro, Paria y Caracollo, en el departamento de Oruro, a partir del análisis de las potencialidades y debilidades de la gestión ferial. Para ello, realizamos una aproximación cualitativa y cuantitativa al tema y un análisis desde una perspectiva multidisciplinaria, tomando en cuenta puntos de vista de la agronomía, la economía, la sociología y la antropología cultural.

La economía de los campesinos del altiplano no está exenta de las consecuencias de la modernización y la globalización, aunque históricamente, los campesinos demostraron diversas formas de adaptación y creatividad frente a los cambios y siempre respondieron de manera diferente a fenómenos específicos, por tener lógicas de comportamiento muy particulares en cada ámbito. En este siglo de grandes transformaciones en el mundo, en los Andes estamos presenciando sucesos de readecuación en las formas de organización de las comunidades campesinas, en el acelerado crecimiento de la población, las intensas migraciones, el auge y deterioro de los mercados campesinos y las reformas en la estructura agraria.

Las ferias son actividades que se realizan en todo el mundo, pero con diversas connotaciones, tanto así, que la intensidad y periodicidad con que se presentan han afectado a la historia de algunos pueblos. En nuestro país, el fomento de las ferias campesinas fue dispuesto por el gobierno del MNR en el primer periodo de Paz Estenssoro, para compensar los desajustes económicos sucedidos tras la inflación gravísima que se produjo desde los primeros años de la revolución de abril. Hoy, las ferias se han constituido en un fenómeno importante para aquellos pueblos que tienen vinculación directa, y la producción campesina ha conseguido un nuevo destino, además del mercado urbano, la feria como alternativa en el espacio rural.

La dinámica de la feria campesina es compleja, pero atractiva por las peculiaridades que se manifiestan en cada contexto; sólo la oferta de los productos locales y mercantiles es atrayente para aquéllos denominados "ranqueros, mañazos, acopiadores y comerciantes rurales" y entonces, la respuesta del campesinado es inherente a la trama social y continuamente va insertando sus "creatividades" como uno de los medios más adecuados para reproducir la iniciativa.

Un aspecto importante para futuras investigaciones es la delimitación del área de estudio y el tiempo de investigación, pues en el altiplano las ferias campesinas tienen impacto de abril a octubre, meses en los que se genera un movimiento económico y social de magnitud, en un determinado circuito de ferias anuales que tiene trascendencia histórica. En la presente investigación, por razones ajenas al equipo, no se pudo completar la visita planificada a las ferias anuales, sin embargo, la readecuación metodológica posibilitó encarar con énfasis las unidades de análisis de prioridad. También es necesario señalar que son pocos los estudios relacionados con esta temática en el país; la mayor parte de la referencia bibliográfica es de diagnóstico y por esa razón se han consultado libros peruanos que, como pauta teórica, fueron valiosos. Este hecho debe conducir a una reflexión en la comunidad académica, en particular la que se ocupa de los avances investigativos de la economía campesina en el altiplano.

En general, el estudio sostiene que las ferias campesinas son un medio de cohesión socioeconómica entre la población rural y la urbana, en el que la dependencia de la ciudad respecto al campo es directamente proporcional a la demanda de consumo. Por lo tanto, la feria campesina es apropiada y factible para la producción agropecuaria y comercial, y resulta ser el lugar más apropiado para que el campesino desarrolle mejor sus iniciativas, es decir, las diversas estrategias socioeconómicas que despliega en determinadas actividades y momentos.

El contenido del presente trabajo está estructurado en cinco capítulos. El primer capítulo comprende el escenario socioeconómico de los municipios de Toledo, Caracollo, Paria y El Choro, y en el fondo es un acercamiento a la economía campesina de estos municipios desde la base productiva y sus relaciones con el espacio ferial, puesto que los campesinos cada vez están más comprometidos en la economía del mercado capitalista. Se trata de conocer cuáles son las peculiaridades, las características y los elementos dinamizadores en el orden socioeconómico. El segundo capítulo es un bosquejo del proceso histórico, una mirada al pasado a partir de testimonios, informantes clave y fuentes secundarias, muy importante para comprender los comportamientos de las ferias en las ultimas décadas. El tercer capítulo describe las características de las ferias campesinas y la lógica de su funcionamiento, que se deduce a partir de los objetivos que persiguen los campesinos y los diferentes actores, siendo la satisfacción de necesidades el principio de inserción.

Asimismo, se describe gráficamente la dinámica interregional y microregional en el contexto.

El cuarto capítulo trata de las estrategias socioeconómicas como una oportunidad para que el campesinado desarrolle diferentes actividades, entre las que el espacio ferial es un complemento importante a la vida de campo, donde se estructura el tejido social a diferentes niveles y relaciones de trama. Por último, el quinto capítulo aborda las potencialidades y limitaciones de las ferias campesinas, la importancia de su gestión, según los intereses que persiguen los planes municipales o los intereses de los campesinos por crear más ferias, mejorar la infraestructura ferial o, en su caso, debatir sobre la periodicidad de su funcionamiento.

1. Escenario socioeconómico campesino

1. Contexto de las provincias Cercado y Saucarí como unidades de análisis

El escenario de estudio se encuentra ubicado en la planicie semiárida del departamento de Oruro, entre los paralelos 17° y 19° de latitud sur y meridianos 66° y 68° de longitud oeste. El clima en el altiplano orureño es frío; esta singularidad tiene efecto en el temperamento del campesino, como también en la vocación productiva, donde solamente el esfuerzo permite dispersar los riesgos y acondicionar el medio para la sostenibilidad de la familia.

La provincia Cercado comprende los municipios de Caracollo, El Choro y Paria[1]. Caracollo y Paria tienen una ubicación geográfica particular porque en la zona existen bolsas de agua en el subsuelo y vertientes de agua que favorecen la producción agrícola y ganadera. La variabilidad del uso del microrriego determina la especialización de las labores agrícola-ganaderas, así, algunos sectores se dedican a la horticultura y otros a la lechería (vacunos), coadyuvados por instituciones gubernamentales y no gubernamentales presentes en la zona. Ambos

[1] A partir del decreto de 30 de enero de 2002, el Distrito 6 perteneciente al municipio de Oruro se consolida como Tercera Sección Municipal de la Provincia Cercado, cuyo nombre es Paria con su capital Soracachi. El municipio de Paria cuenta con 7 cantones, 89 comunidades y 12.603 habitantes (PDM Oruro, 2001). Los cantones son: Paria, Soracachi, Teniente Bullain, Huayña Pasto Grande, Iruma y Lequepalca; los dos primeros son los que cuentan con mayor población, 3.150 y 3.400 habitantes respectivamente. Las poblaciones de Paria, Soracachi y Lequepalca se encuentran al noreste de la ciudad de Oruro, sobre la carretera Oruro-Cochabamba.

municipios son puntos de convergencia vial con La Paz y Cochabamba, lo que facilita la comercialización de productos.

En la mayor parte de las comunidades de esta zona, el acceso a los terrenos de cultivo y pastoreo es individual o por parcelas y se respeta la propiedad consolidada que tienen las familias, de acuerdo a las normas de derecho consuetudinario establecidas y vigentes en las comunidades. La superficie promedio de tierras de cultivo y pastoreo en el municipio de Paria es de 41 hectáreas y en el municipio de Caracollo de 25 hectáreas (PDM Oruro, 2000: 99).

En la década del 50, en el municipio de El Choro[2] se comenzó a construir un sistema de riego con canales no revestidos, cuya toma principal deriva del río Desaguadero. A la fecha, este sistema cuenta con una extensa red de canales de riego que beneficia al 70% de la población dispersa (agrupada en zonas de canalización). Este evento transformó el panorama, creando condiciones productivas adecuadas; así, en el transcurso de los años y con el apoyo de la Corporación de Desarrollo de Oruro (CORDEOR) se introdujeron paulatinamente especies forrajeras de alto valor nutritivo y ganado semimejorado de ovinos y vacunos. Por estos factores, el municipio de El Choro se destaca como una zona de producción de queso y carne ovina, que son transportados a los mercados urbanos durante todo el año por un terraplén que conecta la zona con la ciudad de Oruro.

El tamaño y uso de la tierra tiene diferentes connotaciones en todo el municipio, en base al PDM El Choro (1999) la referencia es la siguiente: tierra para pastoreo 62,6%, agricultura 15,9%, tierras salitrosas sin uso 17,3% y suelos arenosos 4,2%. El sistema de riego abarca una superficie de área regada de 2.908 has exclusivamente para el cultivo de alfalfa; en tanto, el tamaño de la propiedad familiar tiene un promedio de 29,20 has por familia, siendo las formas de acceso más comunes el alquiler y el anticrético de praderas nativas, por un tiempo de seis meses a un año.

[2] Dividido en dos distritos político-administrativos: distrito I de El Choro y distrito II de Challacollo. El distrito I está compuesto por cinco cantones: El Choro, San Felipe de Chaitavi, Santa María, Crucero Belén y Rancho Grande, y el distrito II por San Pedro de Challacollo. Los subcantones son Rancho Juaniquina en Crucero Belén y Villa Icoya en San Pedro de Challacollo. Los ayllus que tienen vigencia son los siguientes: Tarako serie A, Tarako serie B, Tarako serie C, Marka 1ro, Marka 2do, Tinta 1ro, Tinta 2do y Sora Chico. La extensión es de 5.766 km^2, mientras la población alcanza a 2.881 habitantes, según el INE (1992).

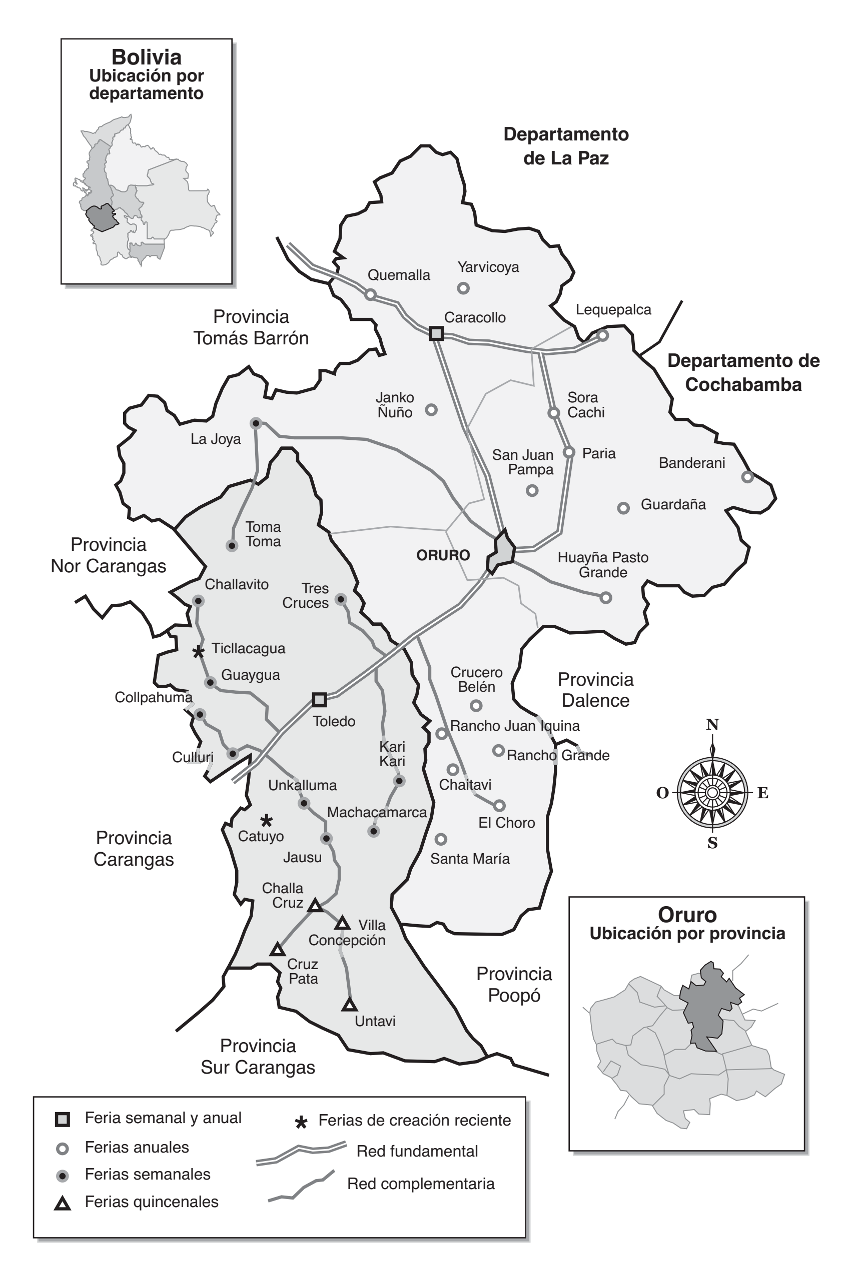
La provincia Saucarí[3] tiene como capital a Toledo, nombre que recibe también el municipio. El contexto fisiográfico es relativamente variable, el sector sur tiene suelos arenosos y francos donde vegetan pajonales, tholares y, en menor extensión, pastos nativos. Estas características son óptimas para la crianza de camélidos, que se da en mayor proporción en relación con la cría de ovinos. Los sectores central y norte tienen una extensa planicie de pastizal nativo con manchones de pajonales y tholares, donde la crianza del ganado ovino criollo es la actividad principal. El extremo oeste está formado por un cinturón montañoso con quebradas donde se encuentran algunos microclimas en los que se cultivan tubérculos, hortalizas y gramíneas y se crían ganados ovinos, vacunos y camélidos. Por estas características, la provincia Saucarí se distingue por la producción de carne ovina y de llama y, temporalmente, queso. El pueblo de Toledo se encuentra en un punto estratégico de vinculación vial entre Oruro y Pisiga.

En el municipio de Toledo es relevante la actividad de crianza de ovinos y camélidos por las formas de acceso a la tierra y por la extensión de la propiedad familiar, que fluctúa entre 4,5 a 243 hectáreas; el promedio de tenencia alcanza a 90 has por familia (PDM Toledo, 1999: 33). Esto permite abastecer de forraje al rebaño en todo el ciclo productivo, en diferentes épocas, momentos y sitios y según la decisión propia del campesino. Casi el 50% de las familias campesinas posee tierras en diferentes lugares de un ayllu o en otros ayllus, sea por herencias sucesivas o por matrimonio; esta forma de posesión implica tener los títulos de propiedad, que se consolida con el pago de la contribución territorial a las autoridades originarias, de esta forma, la propiedad familiar es avalada por las autoridades.

Por estas condiciones, en las provincias Cercado y Saucarí se han estructurado ferias campesinas con ciertas particularidades, de acuerdo a cada contexto agroecológico y a las ventajas productivas del medio, que tienen repercusión, dinamismo y articulación con otros espacios socioeconómicos de la región, los que constituyen los horizontes de la investigación.

[3] En la provincia Saucarí tiene vigencia la organización originaria que está conformada por 12 ayllus divididos en dos grandes parcialidades: Aransaya (Collana, Chariri Navidad, Chariri San Juan, Ullami Cerro, Ullami Pampa y K'asaya) y Urinsaya (Chuquioca, Pumasara, Huayllanco, Kari Kari, Piruka y Quiskaraqui) y agrupa a varios ranchos o rodeos. A su vez, la provincia Saucarí está dividida en 10 cantones: Alto Saucarí, Untavi, Chuquiña, Chocarasi, Catuyo, Challavito, Kari Kari, Culluri, Ch'alla Cruz y Collpahuma y, según la ley de municipalidades (artículo 164), la provincia fue dividida en tres distritos. La extensión total aproximada es de 1.671 km^2 y la población alcanza a 5.569 habitantes, según INE (1992).

Mapa 1
Ferias campesinas en las provincias Cercado y Saucarí



2. Descripción de la economía campesina en los municipios

Para describir a las economías campesinas se asume como categoría de análisis a los municipios, de los cuales existe información descriptiva producto de los diagnósticos municipales[4], como: aspectos físico-naturales, socioculturales, socioeconómicos, productivos e institucionales-administrativos. Parte de la información que se presenta es producto del acompañamiento a las familias campesinas en sus predios y de los relatos de informantes clave; esta forma de incursión metodológica conlleva a la comprensión relativamente parcial de la dinámica económica de las familias campesinas, cuyas connotaciones de mayor realce se presentan a continuación.

2.1. Caracollo y Paria

En el sector de Caracollo y Paria, durante la época colonial y posteriormente en la República, se fueron diferenciando dos grupos de familias: los vecinos del pueblo y los campesinos de las comunidades. Inicialmente, los campesinos tenían acceso a vastos terrenos de cultivo y pastoreo. Posteriormente, se asentaron en el sector vecinos descendientes de españoles que, a través de diferentes estrategias, establecieron sus haciendas en los terrenos de algunas comunidades. La relación entre vecinos y campesinos provocó inconvenientes, por ejemplo, en 1945 el pueblo de Caracollo fue escenario de conflictos entre ambos grupos por la cuestión de tierras. Sin embargo, la vigencia de la Ley de Reforma Agraria de 1953, que estableció la reversión de las tierras de haciendas a favor de campesinos, disminuyó el clima de conflictos.

En la dinámica socioeconómica del sector hubo hechos que circunstancialmente afectaron a la economía de las familias. Entre 1940 y 1960 se produjo uno de los mayores flujos de comercio regional de los vecinos del pueblo de Caracollo, que realizaban constantes viajes hacia el sector de los Yungas en la provincia Inquisivi de La Paz, con el objeto de traer frutas y

[4] Los diagnósticos municipales constituyen una herramienta de información de carácter general, como son los Planes de Desarrollo Municipal (PDMs). Para la consulta se recurrió a los PDMs de Oruro (2000), El Choro (1999), Caracollo (1997) y Toledo (1998).

verduras para comercializarlas en la ciudad de Oruro; de esta manera, se especializaron en esta actividad que perdura hasta el día de hoy.

Antes de la Reforma Agraria de 1953, la producción campesina se destinaba al autoconsumo y en una mínima proporción para la venta en las ferias anuales (Paria, Caracollo y Lequepalca). La Reforma promovió la apertura de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales para los campesinos, y éstos comenzaron a destinar volúmenes significativos de su producción a los espacios feriales recientemente creados. Rejas (1992) señala que a partir de esta Reforma se acentuó la mercantilización de la producción campesina y el establecimiento y estructura paulatina de una red de mercados rurales (*khatus*). Entre 1955 y 1986, más de 300 personas, entre vecinos y campesinos, se emplearon como obreros en la Empresa Minera Colquiri de la Corporación Minera de Bolivia (COMIBOL), ubicada en la provincia Inquisivi. Durante este lapso, las familias pasaron a depender económicamente de la minería. El cierre de la empresa obligó a las familias campesinas a retomar la agricultura y/o la ganadería como actividad principal.

Es importante destacar la presencia de la empresa minera Inti Raymi en La Joya, con actividad permanente desde la década del 90, que creó fuentes laborales para algunas familias del sector de La Joya y de sus alrededores. Por otra parte, la Escuela Normal de Maestros de Caracollo, creada en 1969, posibilitó la apertura de tiendas de comercio, el alquiler de viviendas para estudiantes y la prestación de servicios, especialmente para foráneos y residentes en el pueblo de Caracollo.

Paralelamente a la apertura de mercados rurales, ingresaron paulatinamente a la zona instituciones de desarrollo rural con proyectos para mejorar la calidad y los niveles de producción campesina. Así, se concretó la creación de la Escuela Práctica de Agricultura dependiente de la Universidad Técnica de Oruro (UTO), que entre 1954 y 1955 se ubicó en Paria y posteriormente en Huayña Pasto Grande hasta 1961. En 1964 se estableció el Fundo Agropecuario de la UTO en Condoriri y posteriormente, el Centro CADEA de la ex Corporación de Desarrollo de Oruro (CORDEOR) en las cercanías de Caracollo (FCAP-UTO, 1990: 6-21). La presencia de estas instituciones impulsó el cambio en los sistemas de producción de las familias campesinas, con orientación hacia una agricultura y ganadería especializadas. Gonzáles de Olarte (1987) denomina a este proceso de tecnificación, la lenta modernización de la economía

campesina. Entre 1995 y 1997 se consolidó la formación de las asociaciones locales de horticultores y de productores de leche en el Distrito 6 (Paria). El alcance de sus conexiones llegó hasta las ciudades de Oruro, La Paz, Cochabamba e inclusive al exterior: Puno, Perú. Otras asociaciones de importancia son: los regantes SNR No. 2, la cooperativa Toloma 2 en Huayña Pasto Grande y la asociación de Condorchinoca (PDM Oruro, 2000: 97). La mejora en el sector se produce gracias al aprovechamiento hídrico de los cuerpos superficiales y subterráneos y a la aptitud de los suelos para los cultivos de hortalizas y forrajes, principalmente.

Estas circunstancias son antecedentes que permiten entender la dinámica actual de los municipios de Caracollo y Paria, con diversas condiciones en cuanto a recursos naturales y medios de producción. Las familias de estos municipios habitan en un ecosistema altiplánico con ciertas ventajas climáticas que hacen posible la crianza de vacunos, ovinos, camélidos y porcinos; en agricultura, el cultivo de tubérculos (papa, oca), cereales (cebada, avena), quinua, hortalizas (cebolla, zanahoria, haba, lechuga) y forrajes (alfalfa), este último como suplemento esencial para el consumo del ganado vacuno lechero. Estas actividades son la base del sustento económico de las familias campesinas aunque, como señalan Plaza (1997), Zutter (1988), Delgado (1992) y otros autores, la economía campesina no es homogénea, el grado de diferenciación se establece a partir de los recursos productivos con los que cuenta una familia campesina, a partir del tamaño del predio, la cantidad de ganado y los volúmenes de productividad agrícola o ganadera. Un ejemplo de la diferencia económica a causa de las distintas condiciones es la que se presenta entre los sectores de Huayña Pasto Grande, Paria, Tte. Bullain y los de Jatita o Banderani. En el primer sector cuentan con recursos naturales (agua, suelo, microclima), superficies de cultivos mayores a seis hectáreas, número de cabezas de ganado vacuno mayor a veinte y ganado ovino mayor a cincuenta, medios de producción y tecnologías más favorables (agricultura especializada en el ganado vacuno lechero, ganado ovino mejorado, y porcinos de raza). En cambio, en el otro sector, donde predominan las serranías, cuentan con recursos productivos más reducidos, superficies de cultivo menores a dos hectáreas, número de cabezas de ganado vacuno menor a cuatro y ganado ovino menor a treinta, medios de producción y tecnologías de índole tradicional (agricultura de serranía, ganado camélido, ovinos de raza criolla, ganado vacuno criollo) (PDM Oruro, 2000: 98-102).

Los campesinos de los municipios de Caracollo y Paria desarrollan sus actividades agropecuarias con el propósito principal de evitar pérdidas, respondiendo a una producción diversificada en un ecosistema tan esmirriado como es el del altiplano. La combinación de los sistemas tradicionales con los introducidos en las comunidades andinas tiene estrecha interdependencia. No obstante, la relación se ha reducido ostensiblemente; por ejemplo, antes el uso de estiércol como abono en la agricultura era del 100%, hoy en cambio, alcanza apenas el 63% en Paria (*Ibid.*: 93); la preferencia está dada por el uso de los fertilizantes químicos, especialmente en las hortalizas (cebolla, zanahoria). Otro ejemplo claro es la sustitución de la tracción animal (yunta) por la tracción motorizada (tractor) en los trabajos de arado y preparación de suelos. Antes, el uso de la tracción animal era total, hoy en el sector de Paria alcanza al 77%, y el restante 23% utiliza tractor (*Ibid.*: 95).

Los cambios tecnológicos también están transformando la interdependencia agrícola-ganadera con la incorporación de otras actividades al sistema de organización de las familias campesinas. En aquellos lugares donde la topografía del terreno es abrupta y muy accidentada, la interdependencia agricultura-ganadería conserva la forma tradicional de aprovechamiento. Al respecto, Caballero (1982: 314-315) señala que en los Andes existen lugares donde la agricultura moderna no puede reemplazar a la agricultura tradicional. Pero las economías campesinas son persistentes y dinámicas, al mismo tiempo y dentro de esta hermenéutica, incorporan progresivamente al sistema productivo local actividades extra-agropecuarias, de acuerdo a las posibilidades que le ofrece el entorno local, regional e inclusive interregional, posibilidades de las que también enfatiza Felipe (1998: 198-199) en su estudio sobre la economía de los campesinos alpaqueros de la región de Ulla Ulla-La Paz.

En el contexto local, encontramos actividades de naturaleza temporal como la minería, el comercio informal, la albañilería y otras de poca significación. La minería, presente en el sector de La Joya (Empresa Minera Inti Raymi), explota oro con mano de obra local, generalmente de las familias del sector. El comercio informal tiene impacto con el establecimiento de pequeñas tiendas de comercio y con la instauración de la intermediación comercial de productos locales o de origen campesino en las ferias locales, con los famosos *ranqueros* de ganado vacuno en pie y con los acopiadores de chuño, papa y otros productos agropecuarios.

También existen casos donde el trabajo se establece a partir de relaciones de reciprocidad, como las *mink'as* o *aynis*, cuya forma de pago consiste en el intercambio de bienes (alimentos o ropa) o servicios (mano de obra por mano de obra, aparentemente equivalente).

Los campesinos de mejor condición económica, "con prosperidad", son propietarios de camiones o colectivos, inicialmente para cubrir las rutas y tramos de reciente formación y, posteriormente, para monopolizar los servicios de transporte en esas vías. Mientras, la mano de obra desocupada, por lo general gente joven, se dispersa hacia las ciudades de Oruro, El Alto, La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y otras, para emplearse como costureros, empleadas domésticas y ayudantes en trabajos de diversa índole. La diversificación de actividades obedece en cierta forma a la relación recursos-población de la que habla Kervin (1986), especialmente en aquellos lugares donde la población es muy numerosa, como Paria (3.150 habitantes), Soracachi (3.400 habitantes) y Caracollo (11.547 habitantes). El asentamiento poblacional que predomina es de tipo concentrado y/o centralizado y los terrenos de uso agrícola y ganadero han ingresado en el perfil de explotación permanente de la tierra.

Otra forma de articulación de los campesinos en la economía de mercado es la venta de productos de origen campesino y la compra de artículos de primera necesidad de origen industrial, tanto en los ámbitos feriales como en los mercados urbanos. El campesino es vendedor y comprador en el mercado (De Rementería, 1987: 4). Los productos de mayor venta son: ganado ovino y vacuno en pie, llamas en pie, porcinos en pie, hortalizas, carne de ovino, queso, papa, chuño, oca, quinua y cereales. Entre los artículos de primera necesidad de origen industrial están abarrotes, frutas, verduras, ropa nueva y usada (ropa americana), electrodomésticos y otros de diversa índole. Las transacciones se realizan en base al valor de cambio (dinero), donde pasa desapercibido o disimulado el valor de uso (trueque).

Un suceso subjetivo que aún perdura en la relación sociedad-naturaleza es la *ch'alla* a los cultivos y los animales en fechas regidas por la cosmovisión andina, cuyo objetivo principal es el de dar alimento (*tink'a*) a la Pachamama, pidiéndole que el año agrícola-ganadero sea bueno y con abundante cosecha. Es menester reconocer que la organización socioeconómica de las comunidades campesinas de los Andes, con el paso del tiempo, es más proclive a la economía de mercado o capitalista, aunque mantiene elementos tradicionales, autóctonos e hispano-católicos.

2.2. El municipio de El Choro

En el municipio de El Choro, el punto de articulación de la organización social lo constituyen las zonas de canalización que, en función de eficiencia y determinación, sobrepasan a la organización originaria, siendo la acción fundamental la restricción de los turnos de riego.

Los riesgos climatológicos son factores que determinan la paulatina reducción de la producción agrícola (quinua, papa y cañahua); contrariamente, la producción de forrajes (alfalfa, principalmente) tiende a extenderse por la disponibilidad de agua. Por esta razón, las familias campesinas de El Choro se caracterizan por ser ganaderos dedicados a la crianza de vacunos y ovinos (semimejorados y criollos). Algunos beneficiados por la excesiva carga animal, tienen la opción de arrendar sus tierras. Pero el ingreso anual más importante de las familias campesinas está determinado por la comercialización de queso, que se vende en una cantidad aproximada de 150 cajas por semana, equivalente a 30.000 unidades, de las cuales cada familia provee 1 ó 2 cajas. El producto es recolectado en el mismo pueblo, como fuente de provisión directa. En cambio, la venta de la carne ovina es esporádica, por lo general sirve para el ahorro o la compra de bienes en determinados momentos, costumbre peculiar en las familias campesinas de toda la planicie altiplánica.

Si bien el municipio de El Choro no tiene una articulación directa con las ferias semanales de otras regiones, las ferias anuales son importantes para los campesinos, para la venta y promoción de sus productos. No está por demás señalar que la generación permanente de ingresos es imprescindible para las familias campesinas, porque con ello pueden complementar sus necesidades de alimentación básica, vestimenta, educación, salud y otros.

La falta de educación secundaria para acceder al bachillerato, y la reducida posesión de tierras obliga a la población joven a trasladarse a la ciudad de Oruro o, en el caso de no satisfacer sus expectativas, migrar a otras ciudades o países vecinos. Es así que la población joven es la más móvil, por razones de educación y por la falta de empleos.

2.3. Municipio de Toledo

El sector del municipio Toledo, desde tiempos preincaicos ha estado habitado por ayllus ganaderos dedicados a la crianza de camélidos y a la producción agrícola. Con la conquista española, la estructura de la organización social comunitaria se vio afectada por la fragmentación de jefaturas. A finales del siglo XVI se introdujeron los ovinos y vacunos en las diferentes zonas de la planicie altiplánica, que con el transcurso de los siglos se fueron adaptando a las condiciones del medio y a la crianza campesina y, por ende, desplazaron la crianza de camélidos (Wachtel, 1989).

Actualmente el panorama es muy complejo, las familias campesinas ya no gozan de las mismas condiciones y posibilidades de producción en cuanto a la tenencia de rebaños y el acceso a tierras; cuando la producción no logra satisfacer las necesidades básicas de alimentación, el jefe de familia o alguno de sus miembros se dedica a otras actividades temporales como albañilería o mecánica, comercio informal, ya sea en el pueblo de Toledo o en la ciudad de Oruro.

La actividad económica más común es la oferta de la producción pecuaria (carcaza[5] de oveja y llama) en el punto ferial más cercano y, como se hace de manera regular, se crea un nexo y dependencia entre campesinos e intermediarios. Los campesinos del municipio de Toledo tienen como actividad principal la crianza de ovinos y camélidos, y en menor escala y de manera complementaria, la producción agrícola; mientras, una minoría interactúa en el comercio informal y en labores eventuales, aprovechando la época de estiaje, según sus oportunidades.

Por las características difíciles del medio y ante la falta de empleo adicional, se producen migraciones[6] que pueden ser: no definidas, con doble residencia y permanentes, por las cuales una minoría desborda hacia el pueblo y la mayoría a los centros urbanos del país o a países vecinos.

5 La carcaza es la pieza casi entera de carne degollada, no incluye el cuero, la cabeza ni las menudencias.

6 Alison Spedding (1999) analiza estos tipos de migración y migrantes en Chari (municipio de Charazani, La Paz), que tiene cierta analogía con el caso de estudio y ha permitido comprender procesos sociales fundamentales.

3. Análisis de la economía campesina

Todas las actividades que desarrollan los campesinos tienen una lógica propia que les permite realizar todas las posibilidades de desarrollo y cambio. El hecho de que el campesino necesite asegurar o complementar parte de su producción en el espacio ferial es evidente y no es opuesto a la racionalidad. Si se analiza desde la óptica del sistema económico de la codeterminación del campesinado andino, se puede decir que no está en un sistema dual porque se incline a veces hacia el mercado y otras hacia la subsistencia, sino que es un sistema dinámico en el que el campesino actúa por el principio de optimizar la disposición de sus recursos, que son diferentes y orientan diversos comportamientos económicos.

Se advierten cambios en los hábitos de consumo, de vestimenta y en la adopción de otras tecnologías entre los campesinos que asisten a las ferias campesinas semanales. A partir de estos cambios, los bienes producidos en la región son desplazados por otros provenientes del mercado: la quinua por arroz o fideo, la leña por kerosene o gas, la vestimenta de bayeta por prendas convencionales, etc. Las ferias campesinas se constituyen en el medio principal de acceso a esta miscelánea de productos industriales, donde se involucran organizaciones no gubernamentales (ONGs), gubernamentales, empresas privadas, microempresas, comerciantes que lucran con el contrabando y otros. Paulatinamente, se han adoptado insumos y productos modernos que ya forman parte de las necesidades básicas de consumo, uso agropecuario y otras actividades complementarias. Esta modernización de las economías campesinas viene ocurriendo desde hace dos décadas o algo más, de acuerdo a la relación de distancia entre el centro urbano y la feria, repercutiendo más en las poblaciones cercanas.

El campesinado de las provincias Saucarí y Cercado se sitúa en una economía de subsistencia (satisfacción mínima de necesidades), a su vez ligada a una economía de mercado en la que la feria campesina es uno de los espacios principales de vinculación, es decir, de oferta de los productos agrícola-ganaderos y de provisión de los productos básicos para la alimentación, de acuerdo a Platt (citado en Schulle, 1999) en su teoría señala que es la articulación entre el campo y la ciudad, pero de forma casi continua en términos de aprovisionamiento. En este accionar, el valor de cambio garantiza el devenir económico de las familias, pero no así la "persistencia de una circulación de productos fuera del mercado", como

opina Olivia Harris (1987). En otros ámbitos, en menor escala, se presenta el intercambio de productos, algunas veces de forma asimétrica, otras simétrica, según el medio donde se desarrolla (ferias de Kaluyo y Lequepalca, en el caso de Caracollo), con modalidades de conseguir la mayor ventaja en términos de intercambio.

En síntesis, los campesinos manifiestan sus comportamientos y sus objetivos, materializados en la acumulación de productos y bienes, en un proceso de adaptación y recreación a nuevas situaciones de vida, en las que se incluye la integración al mercado.

2. Una pincelada del proceso histórico de las ferias campesinas

1. Caracollo y Paria

Paria fue fundada en 1532[1] y Caracollo en 1539. Ambos pueblos son históricamente importantes. Según parece, Paria tuvo mayor trascendencia que Caracollo en las épocas precolonial y colonial. Sin embargo, desde 1826 Caracollo adquirió mayor importancia, cuando pasó a constituirse por una ley en una sección municipal de la provincia de Oruro de ese entonces. En Paria se construyó uno de los primeros templos católicos y Caracollo fue un tambo incaico y colonial, lugar de descanso para viajeros y comerciantes de aquella época.

Los pobladores de Caracollo señalan que no se conoce con exactitud el inicio de la feria anual del 14 de septiembre, sin embargo, oficialmente ésta fue fundada en 1937, año en que también se fundaron las ferias anuales del 15 de agosto de Paria y del 29 de septiembre de Lequepalca; las tres constituyen el triángulo de ferias de importancia en la región. La feria de Caracollo se inició en un pequeño mercado que se ubicaba alrededor de la iglesia, y que creció hasta llegar a constituirse en la actual feria. El evento tenía lugar durante la fiesta del Señor de Exaltación, a la que concurrían los pobladores de las comunidades aledañas, organizados en grupos de músicos y bailarines. En la fiesta-feria se concentraba gente de distinta procedencia, de comunidades aledañas y lejanas, gente del sur de Perú y del norte de Argentina y Chile trayendo una variedad de productos. A su vez, la feria anual del 15 de agosto de Paria coincide con la fiesta de la

[1] Es el primer pueblo fundado por los españoles en el altiplano central del Alto Perú.

Virgen de Asunta y la feria anual del 29 de septiembre de Lequepalca con la fiesta de San Miguel. Al parecer, el establecimiento de las fiestas fue la vía para el surgimiento paulatino de las ferias.

Con la Reforma Agraria se promovió a la apertura de los mercados departamentales y nacionales para los campesinos, con el objeto de cubrir el desabastecimiento que regía en esa época; por esa razón, entre 1965 y 1969 se crearon varias ferias anuales y dos ferias semanales. Entre las ferias anuales destacamos las de Cañohuma, Juntuta, San Juan Pampa y Jank'oñuño. De las ferias semanales, la principal es la feria dominical de Caracollo que en sus inicios era un espacio en la plaza del pueblo para la venta de algunos productos agrícolas, ropa y abarrotes, en pequeños volúmenes y cantidades. En 1994, por ordenanza municipal, la feria fue fundada en el lugar donde actualmente se desarrolla, y con la inclusión de la venta de ganado. Actualmente, es uno de los centros de mayor importancia de intercambio comercial y de abastecimiento de productos de primera necesidad de la región, puesto que concentra gran cantidad de gente, productos y medios de transporte procedentes de comunidades aledañas y de provincias vecinas de los departamentos de Oruro, La Paz y Cochabamba, además de atraer a comerciantes de las ciudades de Oruro, El Alto y La Paz.

En la zona, una de las ferias semanales que fracasó en su intento de consolidación es la de Soracachi, que tuvo menos de un año de vigencia (1994), pero a la que los productores campesinos y comerciantes no pudieron asistir regularmente, por el impacto dominante de la feria dominical de Caracollo.

Desde la óptica histórica de algunos autores, la aparición de las ferias campesinas en los municipios de Caracollo y Paria obedeció a las siguientes circunstancias:

- Las ferias, conocidas como *días de plaza* o *khatu*, vigentes antes, durante y después de la colonia (Espinoza, 1987:118), aún perduran en ciertos lugares de los Andes y son conocidas tradicionalmente como espacios de intercambio comercial, social y cultural[2]. Paria y

[2] Se puede citar las siguientes ferias: de los Siete Viernes de Sipe Sipe, en el departamento de Cochabamba; de Jisk'a umala en el departamento de La Paz (San Martín, J. *et al*, 1994); de Kalla kallan de la región *kallawaya* del departamento de La Paz (Schoop, W. *et al*, 1987); las del sur del Perú (Espinoza, *op. cit.*: 118; Camino, 1989); la de la Puna Jujeña en Argentina (Karasik, 1984: 51-89); la de Challapata en el departamento de Oruro (Núñez, 1998); y las ferias descritas por AGRUCO (1996).

Caracollo, pueblos que albergaron tambos incaicos y coloniales, y más tarde *khatus*, con el tiempo llegaron a constituirse en ferias, tal como señala Chire (citado en Núñez, *op. cit.*); con las mismas características surgió la feria de Challapata (Núñez, *op. cit.*: 63).

- Blanes (1981:45) señala que las ferias funcionaron a partir de las importantes fiestas religiosas que se celebraban una o varias veces al año. Las ferias anuales de Caracollo, Paria y Lequepalca tienen como antecedente de creación la fiesta patronal del pueblo, aniversario del pueblo o de la comunidad. La asistencia masiva de población campesina de distintos lugares y pisos ecológicos en los días de fiesta fue aprovechada como un medio para vender y comprar productos de necesidad básica, con el propósito de mantener la vigencia e importancia del pueblo.

- Las ferias anuales fundadas formalmente después de la Reforma Agraria tuvieron como base jurídica el Decreto Ley No. 03501 de 18 de septiembre de 1953, que autorizaba el funcionamiento de las ferias francas con liberación de impuestos municipales. Con este decreto, el gobierno de Víctor Paz Estenssoro promovió la expansión de las ferias como respuesta inmediata al problema de desabastecimiento alimentario que sufrió el país por la inflación desatada entre 1953 y 1958, principalmente, por la violenta expropiación de tierras a los latifundistas en favor de los campesinos (Núñez, *op. cit.*: 64-65). Las autoridades locales de ese entonces, apoyándose en dicho decreto, fundaron muchas ferias para promover y mostrar la vigencia de los pueblos, para "dar vida al pueblo". Blanes (*op. cit.*: 46) opina que a través de las ferias se ha dado lugar al establecimiento de nuevos pueblos; desde la óptica de la investigación, no necesariamente ha sido así, sino por la consolidación y crecimiento de los pueblos (un ejemplo es Caracollo).

- Respecto a la feria semanal de Caracollo, quienes promovieron su fundación formal fueron los vecinos del pueblo y los comerciantes cuando estaban en condición de autoridades municipales o de autoridades de jerarquía del gobierno. De ahí que aparecen los primeros grupos de poder en torno a las ferias, como es el caso de los comerciantes. Blanes (*op. cit.*: 39) arguye que los comerciantes aparecen

> después de la Reforma Agraria del 1953 para llenar el vacío dejado por la ausencia de mecanismos de reabastecimiento, por la desaparición de los hacendados que antes realizaban esta función, y porque los campesinos tenían enormes dificultades para trasladar sus excedentes a los centros urbanos (Rejas, *op. cit.*). Los rescatistas y/o intermediarios de productos de origen campesino surgieron también después de la Reforma Agraria (Lagos, 1983: 1-11; Blanes, *op. cit.*: 40-41), estableciendo redes de relaciones sociales con los productores para asegurar cantidades adecuadas para sus operaciones de acopio. Las relaciones sociales de estos dos grupos se amplió con la inserción de los camioneros (transportistas), a los que toma en cuenta Durt (1996: 22) cuando habla de la cadena de intermediación en la dinámica económica de las ferias campesinas.

Las ferias semanales y anuales de la región se constituyen en espacios estratégicos permanentes, que con su actividad disminuyen la migración definitiva de la población campesina. El mejoramiento y desarrollo de las ferias se debe, en parte, a las iniciativas municipales, sean administrativas o de interés meramente político, que comprometen a las autoridades locales. Pero un elemento dinamizador de las ferias es la existencia de vías camineras que conectan las ferias con otras regiones y departamentos. Un ejemplo es la feria dominical de Caracollo, en permanente crecimiento gracias a las carreteras interdepartamentales (La Paz-Oruro-Cochabamba, La Paz-Oruro-Potosí), como plantea Blanes (*op. cit.*: 46) al indicar que las ferias-pueblos se han desarrollado gracias a la existencia de principales vías camineras interdepartamentales del país en interacción con las vías radiales que conducen a las ciudades capitales.

2. El Choro

A fines de la década de los años 70, en el municipio de El Choro empezaron a surgir las ferias campesinas por la repercusión de las ferias semanales de Toledo. La necesidad de vender sus productos agropecuarios y proveerse de otros artículos para el consumo, sumado el afán de demandar la apertura de caminos, originó la primera feria semanal de Santa María que durante casi diez años fue la más importante en la región,

articulando a los pueblos limítrofes de la provincia Saucarí que tenían vinculación vial por este punto. Los factores que incidieron en el cierre de la feria semanal de Santa María fueron la inundación de El Choro y sus aledaños en 1983-84, y posteriormente la apertura de otras ferias en el municipio de Toledo que generaban competitividad. Por estas circunstancias surgió la feria semanal de El Choro, que no duró ni dos años por la falta de participación campesina para ofertar productos pecuarios.

Estos hechos llevaron a redefinir la planificación de las ferias campesinas en El Choro, por lo que antes de finalizar la década de los ochenta se crearon progresivamente ferias anuales en los cantones y vicecantones del municipio, en la perspectiva de mostrar la producción local e incentivar la participación de los comerciantes; esas son las ferias que tienen vigencia en la actualidad.

3. Toledo

La feria semanal del pueblo de Toledo data desde casi finales del siglo XIX, en sus inicios era un punto de encuentro dominical de la población originaria para comprar artículos de primera necesidad y asistir a las actividades festivas, tan comunes de esa época y que duraban una semana. Fue muy común la venta de carne de llama y de oveja, chuño, papa y quinua, además que existían tiendas que proveían cigarrillos, alcohol, coca, dulces y otros artículos de necesidad complementaria, aunque en esos tiempos los hábitos alimenticios de la población campesina estaban basados en productos nativos.

La feria de Toledo perdió paulatinamente su importancia a partir de la década del cincuenta, porque se desarrolló la vinculación vial de pueblos más lejanos del occidente orureño como Huachacalla, Sabaya, Andamarca y otros, integrando a estos pueblos, pero a la vez debilitando a un núcleo de convergencia socioeconómica como fue Toledo.

A partir de los años 60 se crearon las primeras ferias semanales en la provincia Saucarí para que los pueblos más alejados se vinculen y articulen a través del transporte; entre las primeras están las de Challavito, Tres Cruces y Q'ulluri, que posteriormente atravesaron altibajos. Luego surgieron otras ferias quincenales entre los años 70 y 80 por la presión de grupos de poder de otros cantones o vicecantones de sectores alejados

(expansión-redefinición), lo que ocasionó que las ferias se convirtieran en ferias semanales y quincenales.

En síntesis, la feria dominical del pueblo de Toledo se vio afectada por la aparición de ferias semanales y quincenales. La consecuencia fue la disminución paulatina de los moradores del pueblo, especialmente de la gente joven y de edad media, que se dirigen a otras regiones del país (migración temporal y definitiva). La falta de iniciativas en la actualidad denota la dejadez y negligencia de las autoridades municipales, que no proponen alternativas o medidas para fortalecer el circuito ferial.

3. La naturaleza de las ferias campesinas

1. ¿Qué es una feria campesina?

Al hablar de ferias campesinas, necesariamente debe estar clara la comprensión conceptual en interrelación con las argumentaciones empíricas o teóricas de la temática. La feria es entendida desde diferentes puntos de vista y corrientes económicas: desde la dimensión netamente económica, es la articulación entre la economía campesina y la economía capitalista. En el caso de una dimensión integral, se considera lo económico, social y cultural como una dinámica continua y de articulación.

Desde un análisis amplio, basándose en los mecanismos del trueque y valoración de los productos, como punto de inicio del mercado en el mundo andino, Durt (*op. cit.*: 20) señala que:

> La feria campesina es el lugar de intercambio entre agricultores y ganaderos, entre productos de la chacra y de industria, entre el mundo rural y el mundo urbano, pero también es el momento de la fiesta entre varones y mujeres, jóvenes y ancianos, padres e hijos.

Según Durt, este tejido de relaciones humanas, productivas y comerciales constituye el primer círculo del mercado rural. Su planteamiento tiende a que lo social y lo cultural subyacen a lo económico, al considerar que éste es el mecanismo de articulación de los mercados rurales hacia los mercados urbanos (regionales, nacionales e internacionales).

Una noción parecida a la de Durt es la que manifiesta Blanes (*op. cit.*: 59), que la feria es algo más que un espacio de intercambio, sino que es,

sobre todo, de socialización y de reproducción de las relaciones tradicionales, especialmente en las ferias anuales o patronales de las comunidades o de los pueblos aislados, donde se producen hechos importantes entre las familias campesinas, como la consolidación de futuras relaciones matrimoniales, y también se manifiestan niveles de responsabilidad social (pasantes, presterios). Este enfoque tiene una tendencia culturalista, al considerar que la feria es el espacio en el que se reproducen todas las manifestaciones culturales; pero la feria no es todo, existen otros espacios y momentos en las unidades domésticas de los campesinos para reproducir sus ritos, costumbres y otras manifestaciones culturales. Rosales (1979: 73) y Shaw (1979: 92), ambos citados por Karasik (*op. cit.*: 54), señalan que el mercado periódico rural (feria) se caracteriza, no por su localización, sino por formar parte de la estructura del medio rural circundante, dada la periodicidad cíclica y su existencia efímera. Estas consideraciones son características naturales de los espacios socioeconómicos que, por naturaleza son afines a lo que constituye la feria campesina.

Desde la óptica de la investigación, considerando el espectro de las unidades de análisis, la feria campesina se conceptualiza como el espacio rural donde los diferentes actores que participan (campesinos y citadinos) conjugan un tejido de relaciones sociales, económicas y culturales, siendo el tipo de intercambio predominante la compraventa de productos agrícola-ganaderos y la diversidad de insumos, en una continua recreación-readaptación del campesino a nuevas circunstancias y situaciones de vida, en articulación con otros ámbitos mercantiles de la región. Es decir, la feria campesina es el espacio donde se establecen relaciones económicas, sociales, políticas y culturales que, conforme van pasando los años, se tornan más complejas y dinámicas.

2. Características de las ferias campesinas

Los elementos que caracterizan a los espacios feriales son tópicos que permiten diferenciar o relacionar las particularidades que tienen las ferias en cada municipio y que han destacado a lo largo de la investigación; éstos son: el ámbito geográfico rural en el que se desarrolla la feria, la periodicidad con la que se realiza, la predominancia de los productos

ofertados, que son de origen campesino (volumen-costo), y la presencia y participación mayoritaria de gente de origen campesino.

El ámbito geográfico rural en el que se desarrolla la feria campesina es un elemento que permite diferenciarlo de otros ámbitos, en especial del urbano. Según Shaw (*op. cit.*), el mercado periódico rural (feria) se caracteriza, no por su localización, sino por formar parte de la estructura del medio rural circundante. La participación de los campesinos, que ofertan justamente los productos que generan, es un ejemplo fehaciente de la dependencia estructural del ámbito rural.

El tejido de relaciones configura lo económico (compraventa, trueque), el aspecto social (relaciones de parentesco, amistad, compadrazgo) y lo cultural (fiestas, rituales, encuentros deportivos, etc.). Es decir, la feria campesina es un espacio donde las interrelaciones tienen un carácter integral.

La predominancia de los productos ofertados, que son de origen campesino. La gran diversidad de productos y subproductos agrícolas, ganaderos y artesanales sobresalen frente a los artículos de origen industrial y no industrial de distinta procedencia. En el municipio de Toledo por ejemplo, las ferias se caracterizan por la oferta de carne de oveja y llama.

La participación mayoritaria de gente de origen campesino, en calidad de productores, comerciantes rurales, intermediarios, transportistas o combinando actividades rurales y urbanas, por ejemplo productor-comerciante, productor-comerciante-transportista, entre otros.

La periodicidad con que se realiza la feria campesina es una característica reconocida por autores como Shaw y Rosales (citados en Karasik, *op. cit.*); particularmente, las ferias-fiestas anuales que conforman un circuito o red regional, en este caso, el triángulo ferial formado por Paria, Caracollo y Lequepalca, conocido tradicionalmente. Últimamente, la periodicidad engloba también a las ferias semanales de Caracollo y de La Joya que se realizan domingos y sábados respectivamente, y que están integrados a otras ferias semanales regionales, como de Lahuachaca en La Paz (lunes), Punata en Cochabamba (martes), Toledo en Oruro (domingo) y Challapata también en Oruro (domingo). La periodicidad no solamente es un elemento caracterizador, sino un elemento de diferenciación y agrupación de las ferias: semanales, quincenales, mensuales y anuales.

2.1. Ferias semanales, quincenales y anuales en el municipio de Toledo

Los campesinos que participan en las ferias generan un conjunto de habilidades para articularse a la compleja sociedad e intercambiar bienes y servicios, con la finalidad de satisfacer sus necesidades a través de los excedentes vendidos, porque destinan a la adquisición de mercancías e insumos el ingreso monetario que obtienen. El fortalecimiento e interrelación de los mercados rurales o ferias campesinas a través de la aplicación de políticas económicas de regulación ayudaría a que disminuya la evidente pobreza campesina del municipio de Toledo[1], porque el desarrollo de estos mercados rurales requiere obligatoriamente de una drástica reducción de incertidumbres y riesgos (Zapp, 2000).

Como ya se dijo, la base económica de los pobladores del municipio de Toledo es la crianza de ovinos[2] y camélidos y en menor proporción de bovinos. No se observó ganado mejorado en las ferias, excepto en Toma Toma, donde se constató la venta de carcaza de ganado semimejorado de ovinos en gran escala. La agricultura es una actividad secundaria o complementaria porque se produce en menor proporción, y en ella se encuentran cultivos de papa, quinua, hortalizas y forraje que se destina para el autoconsumo de los campesinos y para la alimentación de su ganado.

La tenencia de ganado ovino representa 85,43% del total de cabezas, el ganado camélido 13,02% y el ganado bovino 1.54% (PDM Toledo, 1999). La mayor parte de la producción pecuaria se destina al mercado urbano de la ciudad de Oruro, particularmente el ganado ovino. En las ferias de este municipio se manifiestan diversos grados de mercantilización de la economía campesina, que según Birbuit (1992) depende de los recursos productivos de los que dispone cada familia que participa en las ferias.

La descentralización de la feria central del pueblo de Toledo ha dado lugar a la creación de ferias semanales y quincenales que manifiestan particularidades análogas (ver fotografías 1, 2, 3, 4). Estas ferias se realizan los

1 Nos referimos a la pobreza material estructurada por los indicadores de desarrollo humano (IDH) y es la que califica a la población de todas las naciones del Planeta por la tenencia de recursos y el acceso a vivienda, salud, educación, etc.

2 Uno de los factores principales para la apreciación de la calidad de la carne de oveja y sus subproductos se debe principalmente a que los ovinos consumen pasto nativo *kauchi* (*Suaeda foliosa*) que vegeta en los suelos salinos y tiene la cualidad de enriquecer el sabor de la carne y la producción de la leche.

martes, jueves, viernes, sábado y domingo (ver Cuadro 1) con una funcionalidad permanente en la época seca, mientras que en la época de lluvia, por las inundaciones o la inaccesibilidad vial, algunas se convierten en ferias móviles[3] .

Algunas ferias coinciden anualmente con la celebración festiva del pueblo, que resulta ser una feria-fiesta o viceversa, como es el caso de la feria anual de Toledo que tiene mucha importancia.

La mayoría de las familias del municipio de Toledo se dedica a la actividad pecuaria y en menor proporción a la actividad agrícola. El 12,5% de éstas tienen acceso garantizado en el año a las ferias semanales a través de un terraplén; el resto se vincula por una carretera de revestimiento suelto o ligero que es transitable sólo en la época seca. Por esta situación, durante los meses de mayor precipitación pluvial, la oferta de productos y subproductos disminuye.

Los actores sociales de las ferias semanales y quincenales pertenecen estrictamente a la población campesina, incluidos los acopiadores[4], las mañazas y los comerciantes rurales; la diferencia radica en que estos últimos residen en la ciudad o en el pueblo de Toledo, pero tuvieron anteriormente alguna vivencia en el campo y por ese hecho tienen propiedad y ganado consolidado. De esta manera, estos espacios socioeconómicos son estrictamente de representación campesina, algo que en términos comparativos diferencia esta feria de las ferias semanales de Caracollo, El Choro y Challapata.

Las relaciones sociales entre campesinos, mañazas y comerciantes rurales se estructuran en las ferias a partir de una red social de vínculos de parentesco y/o compadrazgo, bajo las nociones de "casero" o "hermana" para asegurar la compraventa. De esta manera se crea una red social, como un recurso que brinda mejores perspectivas para las familias. Para el campesino es muy importante la articulación al espacio ferial porque de esa manera logra la socialización con sus parientes, allí se entera de las novedades, asiste a las reuniones de la organización productiva para acordar las actividades venideras y también representa un momento de esparcimiento.

[3] Las ferias semanales y quincenales que se ven afectadas en la época de lluvias, se trasladan hacia sectores de mejor acceso vial para no perder la vigencia de su realización. Entre ellas están las ferias de Untavi, Jauso y Unkalluma, con excepción de aquellas ferias inaccesibles que se paralizan de dos a tres meses, como es el caso de Cari Cari y Machacamarca.

[4] Acopiar es reunir en un solo punto todo lo que se ha comprado.

Cuadro 1
Características de las ferias campesinas en el municipio de Toledo

Frecuencia	Lugar de la feria	Distancia en (km)	Día	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS				
				PARTICI-PANTES	MOVILI-DADES	PUESTOS DE VENTA Y COMPRA	PRODUCTOS CAMPESINOS	OTROS
SEMANALES	Toledo	-	Domingo	250 a 600 personas	4 a 6 colectivos	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	Puestos de vivanderas, ropa nueva y usada.
	Culluri	15	Jueves	40 a 60 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	-
	Challavito	35	Sábado	40 a 50 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	-
	Sika Ullami	25	Martes	50 a 70 personas	2 colectivos	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	-
	Collpahuma	20	Viernes	30 a 40 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama	-
	Unkalluma[a]	15	Jueves	25 a 30 personas	1 colectivo	Mañazas Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne oveja	

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 1 *(Continuación)*

Características de las ferias campesinas en el municipio de Toledo

Frecuencia	Lugar de la feria	Distancia en (km)	Día	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS				
				PARTICI-PANTES	MOVILI-DADES	PUESTOS DE VENTA Y COMPRA	PRODUCTOS CAMPESINOS	OTROS
SEMANALES	Jauso[b]	20	Jueves	30 a 40 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	-
	Kari Kari[a]	16	Viernes	40 a 55 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	-
	Machaca-marca[b]	21	Martes	25 a 35 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	-
	Toma Toma	43	Viernes	30 a 40 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	-
	Tres Cruces	12	Viernes	30 a 45 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	-
	Guaygua	22	Jueves	40 a 50 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja.	Venta de ropa americana

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 1 *(Continuación)*

Características de las ferias campesinas en el municipio de Toledo

Frecuencia	Lugar de la feria	Distancia en (km)	Día	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS				
				PARTICI-PANTES	MOVILI-DADES	PUESTOS DE VENTA Y COMPRA	PRODUCTOS CAMPESINOS	OTROS
QUINCENALES	Challa Cruz	45	Viernes	50 a 60 personas	1 camión	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	-
	Untavi	77	Martes	50 a 70 personas	1 camión	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	-
	Cruz Pata	38	Viernes	40 a 60 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	-
	Villa Concepción	44	Viernes	30 a 50 personas	1 colectivo	Mañazas Acopiadores de cuero Puestos de abarrotes	Menudencias, cuero, vellón y carne de oveja y llama.	-

Fuente: Elaborado en base a las visitas realizadas en las ferias campesinas de la provincia Saucarí.

Referencias:

La distancia fue calculada desde Toledo hasta el punto ferial.

En el número total de participantes se calculó a los campesinos que vienen a vender sus productos a la feria, las mañazas, los acopiadores, los transportistas y otros involucrados: Vivanderas (grupo organizado por semejanza), transportistas (grupo organizado sindicalizado), acopiadores de bayeta, acopiadores de cuero y vellón, chiflerios, vendedores de pasankalla, vendedores de sogas, *tullmas* y guantes, vendedores de gelatinas, gaseosas y refrescos, ambulantes de todo tipo (grupo no organizado) y mañazas y acopiadoras de cuero y queso (grupo organizado por afinidad y amistad).

Los acopiadores reúnen cuero fresco y seco o en algunos casos es la misma mañaza.

(a) y (b) El mismo día va a las dos ferias una sola movilidad porque son puntos articulados; primero deja a los pasajeros en (a) y luego en (b), al volver recoge los pasajeros de (a).



Foto 1: Acopio de cuero de oveja y llama en la feria semanal de Sika Ullami, que se realiza los jueves.



Foto 2: Interacción entre comerciantes rurales y campesinos en la feria quincenal de Untavi (martes).



Foto 3: Panorama de la feria dominical de Toledo (domingo), la más importante de toda la provincia.



Foto 4: Feria itinerante sobre el borde del río en la época de lluvia, porque la falta de un puente impide llegar a la feria.

Cada feria, semanal o quincenal, se caracteriza por la presencia de productos y subproductos pecuarios como: carcaza de oveja y llama, queso de oveja, cuero fresco y seco de oveja y llama, vellón de oveja, y los artículos de primera necesidad que comprenden: abarrotes (arroz, fideo, azúcar, harina de maíz, aceite y otros menores), frutas, pan, coca, verduras y otros menores que complementan la oferta.

2.1.1. La feria semanal de Toledo

La feria de Toledo es la más importante en el municipio, tiene dimensión económico-social a nivel microrregional y regional[5], es decir, a nivel provincial y en provincias vecinas, con un matiz mercantilizado. Las características de producción tradicional permiten la comercialización de carne de ovino, que representa uno de los ingresos más importantes para los campesinos de la feria; además, en el espacio ferial se encuentran los acopiadores de cuero de oveja y vellón, los vendedores de ropa, verduras y toda clase de artículos. Normalmente, acuden a la feria de Toledo entre 250 y 600 personas, entre campesinos residentes del pueblo, mañazas y visitantes.

La producción ganadera, sobre todo ovina, permite a los campesinos de Toledo articularse con el mercado urbano. Con esta actividad obtienen un ingreso seguro que les permite satisfacer sus necesidades básicas, si bien el margen de utilidad es menor al que logran las intermediarias (mañazas), pero la demanda es relativamente constante. La transacción de productos de demanda final la realizan los intermediarios que, por su carácter de acopiadores y transportadores de bienes, pueden generar un margen de utilidad mucho mayor e incluso imponer los precios a los campesinos productores, quienes se encuentran supeditados a los intermediarios. El capital que manejan los acopiadores para la compra de carne de ovino oscila entre mil quinientos y dos mil bolivianos.

5 Para fines de la investigación, se entiende como *microrregión* al ámbito donde se establecen relaciones estrechas entre personas de espacios cercanos y análogos (campesinos y citadinos) que tienen una producción casi homogénea, siendo el núcleo de articulación el pueblo o las ferias campesinas. En cambio, *región* es el ámbito donde confluyen actores sociales e institucionales de diferentes espacios geográficos, con propósitos socioeconómicos y culturales, cuyo punto de encuentro y articulación son las ferias campesinas.

Por otra parte, el volumen registrado de carne de ovino es de 45.720 kg, que representa 7.034 carcazas vendidas por los campesinos y acopiadas por las mañazas durante el periodo de estudio de casos, resultando que, en promedio, en cada feria acopian 271 carcazas. La venta de subproductos constituye un ingreso complementario importante, por ejemplo, el cuero fresco de ovino es comercializado en el departamento de La Paz para la elaboración de artículos de cuero, pero también se exporta a otros países como Perú, Argentina y Uruguay.

La venta de productos y subproductos de ganado ovino generó Bs 415.689 por mes y en cada semana un promedio de Bs 159.988 (ver cuadro 2). La venta de carne de cordero representa el 69,29% con relación a los otros productos y subproductos y son las mañazas quienes juegan un rol muy importante porque son el eslabón de acopio y las que predeterminan los precios en la feria y en la ciudad de Oruro.

Cuadro 2
Productos pecuarios vendidos en la feria semanal de Toledo

Productos pecuarios	Precio unitario promedio (Bs)	Volumen	Valor total aproximado (Bs)
GANADO OVINO:			
Cuero fresco (pza.)	6,04	7.218	43.596,72
Cuero seco (pza)	4,20	828	3.477,60
Carne (kg.)	6,30	45.720	288.036,00
Queso (unid.)	0,99	23.028	22.797,72
Vellón (lb.)	0,97	16.368	15.876,96
Menudencia (pza.)	6,00	6.984	41.904,00
Subtotal			**415.689,00**
GANADO CAMÉLIDO			
Llamas:			
Carne (kg.)	6,06	4.170	25.270,20
Cuero fresco (pza.)	18,60	204	3.794,40
Fibra (lb.)	1,27	3.138	3.985,26
Menudencia (pza.)	6,60	102	673,20
Subtotal			**33.723,06**
TOTAL			**449.412,06**

El costo estimado de crianza de un ovino por un periodo de 6 meses, tiempo después del cual el ganado ovino (carnerillos) es faeneado, es de Bs 24,85[6]; el costo de crianza se incrementa a mayor tiempo de pastoreo,

[6] Valor calculado de manera aproximada sumando el valor del alquiler de una hectárea de pradera nativa, el costo del pastoreo por día (300 ovejas), el costo de sanidad animal y la carga animal.

pero desde la visión campesina es factible la crianza porque representa la reproducción de su capital económico y el sustento de la familia.

Tanto los campesinos como las mañazas tienen predefinidos los momentos y las épocas de oferta y demanda basándose en fechas festivas de importancia, época de lluvias intensas, celebraciones de fin de año, bloqueos de carreteras y otros percances. Se presenta una mayor oferta en las temporadas de sequía, épocas de demanda forrajera para el rebaño y cuando comienzan las labores escolares. Estas referencias son relativas, pueden tener variaciones, pero normalmente son indicadores comunes que manejan los campesinos y las mañazas en la lógica de comercialización. Hasta el momento no hubo planes viables para encontrar canales de comercialización de la carne y los subproductos; posiblemente esta investigación motive a otros investigadores, especialmente economistas, sociólogos, agrónomos y antropólogos.

Las relaciones establecidas entre campesinos, mañazas y comerciantes facilita la compraventa y la opción de obtener crédito o fiado. En algunos casos, esta relación posibilita aprender el oficio de mañazo, que según nuestros informantes y los estudios de caso, es una labor que trae réditos económicos significativos. Del mismo modo, la feria semanal de Toledo es el mejor espacio para la interacción social, el aprovisionamiento, el entretenimiento según los espacios de diversión (fiestas, inauguración de actividades, competencias deportivas, etc.), la comercialización que implica entablar los lazos de amistad y, sobre todo, asegurar la presencia campesina para la continuidad de la feria.

2.1.2. Otras ferias de carácter semanal

En general, las ferias semanales en el municipio de Toledo tienen características de una economía campesina de subsistencia, es decir, vender el ganado para lo indispensable: alimentación, vestimenta, educación de los hijos, principalmente, con algunas excepciones, como el caso de las familias que no tienen descendientes y el ingreso que reciben es casi exclusivamente para el ahorro.

En estas feria se observan algunas diferencias en cuanto al volumen de producción, por ejemplo, en la feria de Cari Cari se oferta mayor cantidad de carne de ovino (43.536 kg), que hace un total de Bs 364.988,

que significa 97,04% del volumen de venta total, en cambio los productos de llama ascienden sólo a 2,96% (900 kg). Las ferias que tuvieron mayores ventas de carne son: Toledo (Bs 288.036), Cari Cari (Bs 266.876), Machacamarca (Bs 102.362), Toma Toma (Bs 95.208,75), Guaygua (Bs 90.486). Con relación a la venta de cuero de ovino, los montos de venta más grandes se dieron en las ferias de Toledo (Bs 47.074,3) y Cari Cari (Bs 26.220); la cantidad vendida de cuero de ovino y de menudencia se encuentra relacionada directamente con la cantidad de ganado ovino degollado.

El queso es otro de los productos importantes que se comercializa en las ferias semanales. En la feria de Cari Cari se vende una cantidad considerable de queso de ovino (Bs 33.286), mayor incluso que en la feria de Toledo (Bs 22.797,72). En cambio, las ferias de Sikaullami, Challavito y Culluri ofrecen queso de ovino en cantidades mínimas para la venta y sólo en los meses de abril a agosto.

La comercialización de vellón de ovino se realiza principalmente en la feria de Toledo, donde se generaron Bs 15.876,96; en Toma Toma, en cambio, sólo se logró recaudar Bs 8.613 y en Tres Cruces Bs 4.650. En esta actividad, los precios tienen una variación constante de acuerdo al requerimiento de los proveedores.

La feria de Sikaullami se caracteriza por la venta de carne de ovino y es considerada como una de las ferias que ofrece mayor producción de carne de llama al mercado; durante la investigación, allí se vendió carne por un valor de Bs 46.800; en la feria de Guaygua se vendió Bs 26.784 y en la de Toledo Bs 25.270,20; las ferias de Toma Toma, Unkalluma y Tres Cruces no ofrecieron carne de llama para la venta. En cuanto a la fibra y cuero de llama, las únicas ferias que vendieron fueron Sikaullami (Bs 6.660), Toledo (Bs 3.985,26) y Culluri que sólo vendió un valor de Bs 60. La venta de cuero de llama generó un total de Bs 3.794 y en Guaygua sólo Bs 2.400; las ferias de Toma Toma, Tres Cruces y Unkalluma ofrecieron este producto en cantidades ínfimas.

Las ferias semanales del municipio de Toledo están repercutiendo en la provincia vecina de Carangas, donde ya se han creando ferias semanales y quincenales (Pacoyo, Caracota, San Francisco, Kasilla y Tarucachi) a las que asisten los pobladores de Toledo como comerciantes rurales, gracias a la vinculación cercana. A este aspecto se suma el hecho de que las ferias semanales están muy cercanas unas a otras —tanto física como temporalmente— que se confunden y por ello no se puede garantizar su

funcionamiento a mediano plazo; la falta de presencia campesina llevaría a su desaparición.

2.1.3. Ferias quincenales

Las ferias quincenales vigentes en la provincia Saucarí son las de Untavi, Challa Cruz, Cruz Pata y Villa Concepción. Estas ferias ofrecen casi la misma cantidad de productos, a diferencia de las ferias semanales donde se observan variantes en la cantidad ofrecida y el valor obtenido entre una y otra feria. La feria de Challa Cruz se caracteriza por la venta de carne de ovino que generó Bs 31.680; la venta de cuero de ovino Bs 4.380, de menudencia Bs 6.226 y de cuero de llama Bs 9.135. La feria de Untavi logró Bs 2.520 en la venta de ovino que es el producto de mayor oferta; la feria de Villa Concepción no ofrece para la venta vellón de ovino ni fibra de llama. Otro de los productos importantes para la generación de ingresos campesinos es la carne de llama, que adquirió importancia paulatina con el tiempo por sus valores nutritivos: la feria de Cruz Pata obtuvo Bs 43.200, mayor a las ferias de Challa Cruz (Bs 26.280), Untavi (Bs 23.400) y Villa Concepción (Bs 21.840).

Las ferias quincenales en el municipio de Toledo tienden a ser más sostenibles en el tiempo, porque el acceso de las movilidades al sector es escaso (distancia promedio 50 a 70 km); en este sentido, las familias sólo disponen de la feria para asegurar su producción y es el único medio de vinculación con el centro urbano.

2.2. Ferias anuales en el municipio de El Choro

Las ferias el municipio de El Choro son anuales, en algunos casos coinciden con el aniversario del cantón (Rancho Juaniquina y Santa María) o con la fiesta del pueblo (Crucero Belén, El Choro y Rancho Grande). En todas las ferias se promociona el ganado semimejorado de vacunos y ovinos, con la finalidad de mostrar la producción campesina del sector y a la vez promover la participación de los comerciantes rurales para afianzar y consolidar este espacio (ver fotografías 5 y 6).



Foto 5: La feria anual en Crucero Belén, los comerciantes rurales en sus puestos de venta.

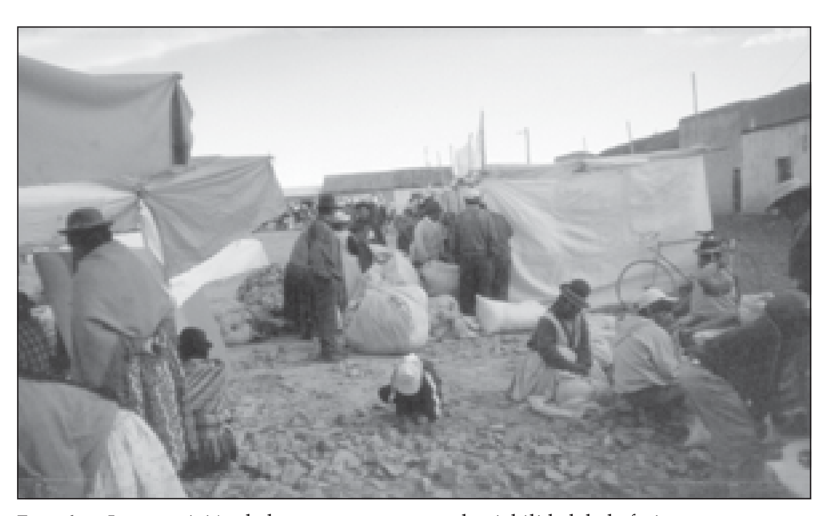


Foto 6: La exposición de los cantones asegura la viabilidad de la feria.

Estas ferias son organizadas por las autoridades locales de cada sector y por el municipio, a ellas concurre la población del sector (zonas de canalización y clubes de madres) con exposiciones artesanales y de otros productos. Durante el desarrollo de la feria se realizan actividades deportivas, como una forma de fortalecer los lazos de amistad entre los lugareños y residentes, cuya participación es vital en el movimiento económico que se genera. La oferta de los productos campesinos es reducida (carne ovina y queso, principalmente), desde el punto de vista de promoción de la feria tiene más peso la exposición artesanal y de productos, porque asegura la participación en los siguientes eventos.

La feria de El Choro tiene un día específico para la oferta de ganado vacuno y ovino, ese día acuden mañazos y campesinos que compran para la crianza o el descarte, dada la adaptación del ganado a condiciones difíciles, lo que hace que sea un factor importante para la valoración de la especie. En síntesis, son ferias pequeñas que todavía están en proceso de consolidación, con la intención de promocionar productos y subproductos pecuarios para abrir espacios en mercados urbanos de la ciudad de Oruro y en otros departamentos del país.

2.3. Ferias campesinas en los municipios de Caracollo y Paria

Tanto la feria de Caracollo como la de La Joya tienen vigencia permanente porque se realizan todos los domingos y sábados, respectivamente. La primera es la más importante de toda la región y la segunda solamente en el sector de La Joya y sus alrededores, es decir, a nivel microrregional. La vigencia de ambas ferias semanales se debe al "centralismo" económico-social creado en la región y por la ubicación geográfica privilegiada de ambas.

2.3.1. La feria dominical de Caracollo

La feria dominical de Caracollo tiene vigencia ininterrumpida desde la década del 60. Actualmente, ocupa dos plazas y sus calles adyacentes y también los vacíos en el sector sud del pueblo para la compra venta de ganado mayor. La feria se inicia a las seis de la mañana con la llegada de

los camiones que traen a los campesinos y sus productos y finaliza más o menos a las cinco de la tarde.

La feria semanal aglutina periódicamente a campesinos productores de las comunidades vecinas como también de otras poblaciones del municipio de Caracollo, de las provincias de Inquisivi, Aroma y Loayza del departamento de La Paz; a comerciantes rurales y urbanos de Eucaliptos, de la provincia Aroma, del pueblo de Caracollo y de las ciudades de Oruro, El Alto y La Paz; mañazos de ganado vacuno y ovino de las ciudades de Oruro, El Alto y La Paz; *ranqueros* de los pueblos de Caracollo, Lahuachaca y de la provincia Aroma; visitantes de la ciudad de Oruro y los vecinos del mismo pueblo de Caracollo. A la feria llegan más de 100 motorizados entre micros, flotas, camiones, camionetas, etc. Los campesinos que traen productos agropecuarios se ubican en los sitios asignados, respetando los puestos que ellos mismos eligieron (ver fotografía 7).

La estructura de la feria obedece en cierta forma al tipo y origen de los productos que se ofertan, con sectores de compraventa destinados a productos y artículos en particular, aunque esto no es totalmente estricto. Los motorizados tienen distintos lugares de estacionamiento, de acuerdo a la ubicación de los sectores de compraventa de los diferentes productos; por ejemplo, los camioneros de ganado cerca al sector donde se expende ganado. La plaza del norte y sus calles adyacentes están ocupadas por

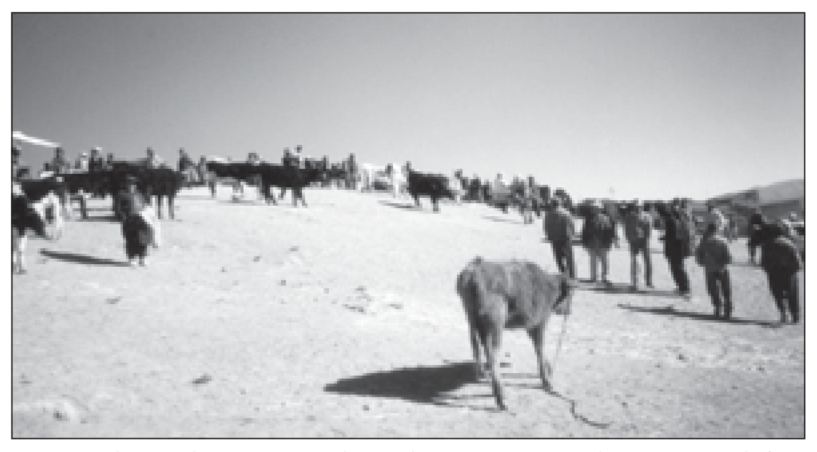


Foto 7: El sector de compraventa de ganado vacuno en pie por los ranqueos en la feria semanal de Caracollo.

comerciantes de productos y artículos de origen industrial: los abarroteros de Eucaliptos, Caracollo, Oruro, La Paz y El Alto que se hacen presentes regularmente con dos o tres camiones; los comerciantes de ropa nueva y usada, de procedencia similar a los abarroteros; finalmente, los comerciantes de repuestos de bicicleta que vienen de Eucaliptos. Confundidos entre estos comerciantes, también se encuentran vendedores de carne de ovino, fruta, comida (chicharrón de llama), pan, coca, artículos de diversa índole, objetos usados y ropa americana usada.

El tipo de intercambio económico que predomina en estos sectores es la compraventa sobre la base del dinero. Quienes compran habitualmente son los campesinos, regularmente los citadinos y los vecinos del pueblo de Caracollo, que tienen preferencia por los mercados de la ciudad de Oruro, excepto en la época de cosecha cuando concurren en forma masiva por los precios bajos que se ofertan.

En la plaza del sector sud se ubica el galpón del Mercado Florida (mercado campesino), donde acuden campesinos de comunidades aledañas y de otros sectores que asisten regularmente a la feria. Allí se asientan: a) los campesinos productores que ofertan pequeños volúmenes (menos de dos arrobas) de papa, chuño, oca, cereales, hortalizas, queso. Esta oferta depende de la cosecha que hayan tenido los campesinos; b) los intermediarios que acopian papa producida en las provincias Inquisivi (La Paz), Pongo (Cochabamba) y otros sectores. Algunos son de Caracollo y otros tienen residencia en la ciudad de Oruro; los volúmenes que acopian son mayores a dos cargas; c) los productores e intermediarios de hortalizas (cebolla, zanahoria, tomate) procedentes de Paria, Soracachi y Cochabamba; d) los vendedores de comida: *p'ampakus*, chicharrón de llama, *thimpu*, caldos, fricasés, etc. Son gente de distinto origen, campesinos, vecinos y citadinos; e) finalmente, los comerciantes de ropa americana, grupo que se expande a ritmo acelerado.

Al igual que en la plaza del norte, en ésta también existen comerciantes que ofrecen una gama diversa de productos y artículos, entre los que destacan los vendedores de fruta (dos camiones con plátano), pan, palizada[7], coca, y también los herreros. Destaca en esta plaza la presencia permanente de intermediarios influyentes en el acopio o intercambio de chuño, granos de

[7] Venta de bolillos de eucalipto, cedro, gabón y palos para picota, pala, azadón. Estos vendedores tienen una trayectoria desde los inicios de la feria.

cebada, haba seca y quinua. Estos intermediarios proceden de El Alto, La Paz, y Oruro. Los dos primeros llevan semanalmente ingentes cargas de estos productos con destino a Desaguadero, frontera con la República del Perú. Los de Oruro trasladan los productos a diferentes mercados de la misma ciudad; según los informantes clave, este negocio es muy próspero.

En algunos sectores, de modo disimulado, se practica el trueque entre los intermediarios y los campesinos productores y entre estos últimos; los productos que generalmente se truecan son: zanahoria o pan por chuño o quinua, pan por grano de cebada o haba en pequeños volúmenes[8]. El intercambio es asimétrico porque el intermediario obtiene mayor ventaja al cambiar unas cuantas zanahorias o panes por un plato o platos de chuño, que en términos económicos no tienen el mismo valor.

A dos cuadras hacia el sur del mercado campesino se ubica el sector de compraventa de ganado, en un espacio libre de aproximadamente tres hectáreas. En este sector la presencia campesina es masiva, acuden en calidad de vendedores de ganado, ranqueros de ganado y vendedores de forraje. La mayor cantidad de ganado que se oferta es el vacuno en descarte (para faenear); pero también se ofertan vacunos para crianza o engorde, porcinos para descarte o crianza, y llamas en descarte. Los ofertantes generalmente son ranqueros y en algunos casos propietarios (campesinos). Un poco más al norte de este lugar, a una cuadra exactamente y en plena calle, se encuentra el lugar de compraventa de ganado ovino en gran cantidad; los principales compradores son los mañazos o las mañazas de las ciudades de Oruro, El Alto, y también de Konani, Lahuachaca y Cochabamba. A unos cuantos pasos de este punto se ofertan animales menores (gallinas, patos, perros, etc.).

Entreverados con los vendedores de ganado, se encuentran los vendedores de cerveza y refrescos, comida y forraje (heno de cebada, alfalfa). La actividad de estos vendedores está estrechamente ligada a la de los campesinos y ranqueros porque la finalidad es proveer de bienes y productos a estos últimos.

La compraventa de ganado tiene sus propias particularidades, es un juego de regateo entre el dueño del ganado y el comprador, que puede ser un campesino productor, un *ranquero* o un mañazo; éste trata por todos

[8] Felipe (1998) denomina *ch'alla* o raleo a los intercambios en pequeños volúmenes o cantidad.

los medios de dismunuir el precio, una táctica es entregar el dinero en manos del vendedor; entre recibir y rechazar el dinero, hay un momento en que ambos cierran el trato[9]. Una costumbre que llama la atención en la transacción del ganado vacuno es la *t'inka* que ofrece el comprador al dueño del ganado. La *t'inka* consiste en invitar dos botellas de cerveza o refresco para *ch'allar* la transacción, pidiendo a la Pachamama que "sea en hora buena" y que el animal colme las expectativas del comprador.

En la masiva presencia campesina en el mercado campesino y en el sector del ganado es habitual observar encuentros entre conocidos que intercambian ideas, información o planes sobre hechos de relevancia que atingen a su familia o comunidad, también transmiten invitaciones a fiestas o al casamiento de algún pariente, se ponen acuerdo para sostener un encuentro deportivo, o para asistir a reuniones y otros acontecimientos.

La economía del municipio de Caracollo se caracteriza por la producción agrícola y pecuaria; este carácter bimodal de producción de cultivos versus crianza de animales es el resultado de un sistema que presenta calidad, capacidad y disponibilidad de tierras (Céspedes *et al*, 1985). Estas peculiaridades otorgan al campesino mayores posibilidades de diversificar sus ingresos y de interrelacionarse con el mercado de forma más directa. En las comunidades agropecuarias, el rango del costo de oportunidad es mayor que en las comunidades pecuario-agrícolas debido a las mayores variaciones de la estacionalidad agrícola (Zoomers, 1992).

En la investigación se evidenció que los habitantes de esta región valoran la tierra como "productora de alimento y fuente de vida" y al ganado como el recurso que les ofrece más alternativas de obtener mayores ingresos. Ambas actividades se asumen racionalmente y en relación con los diversos aspectos que presenta el entorno, como la estacionalidad. Según Zoomers (*op. cit.*) son racionales porque existe consistencia interna en sus decisiones y velan por su interés propio:

> Los campesinos son en su mayor parte económicamente racionales, es decir tienen presente el costo beneficio que implica para la economía familiar cualquier decisión de producción o de consumo.

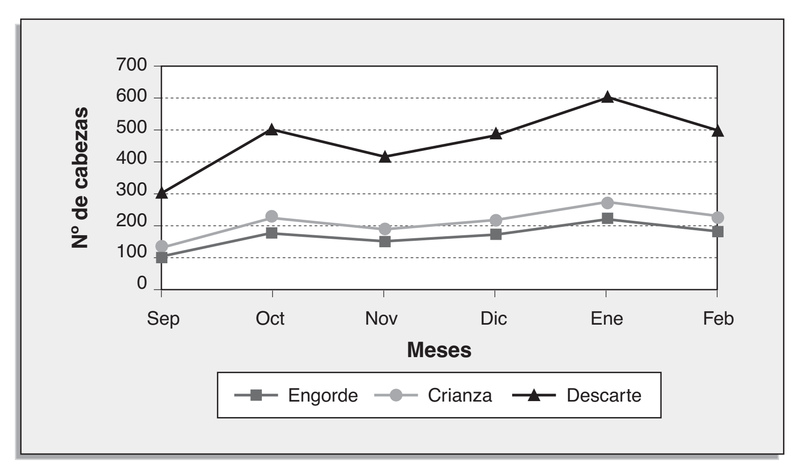
[9] Práctica muy similar a la descrita por Núñez (*op. cit.*: 94) en las estrategias de transacción del ganado vacuno.

La población ganadera del municipio de Caracollo está constituida por ovinos, camélidos y bovinos; el mayor recurso ganadero es de ovinos (341.854 cabezas), sin embargo, el número de cabezas de ganado bovino representa el 86,37% del total existente en el departamento de Oruro y por eso Caracollo es considerado como uno de los municipios con mayor recurso de bovinos a nivel departamental.

La comercialización de ganado bovino genera un ingreso importante que cubre las necesidades de sustento de la familia y cuyos excedentes son destinados al ahorro o como capital, es decir, para comprar más ganado. Muchos comerciantes señalan que un indicador de buena venta para todos los sectores es cuando se concreta la comercialización de vacunos, que repercute con efectos multiplicadores en toda la feria.

Los rescatistas que participan en la feria de Caracollo juegan un rol importante, porque actúan como entes que coadyuban a la comercialización de los productos agropecuarios. El producto más acopiado por los rescatistas es el ganado vacuno para descarte y en su mayoría, los rescatistas intentan obtener por lo menos una ganancia de Bs 50 por cabeza vendida, valor que depende del momento y el tiempo de venta. Durante el periodo de estudio se ofrecieron 5.060 cabezas de ganado para engorde, crianza y descarte, que representa un "capital" de negocio aproximado de

Figura 1
Cantidad ofertada de ganado vacuno
Feria semanal de Caracollo

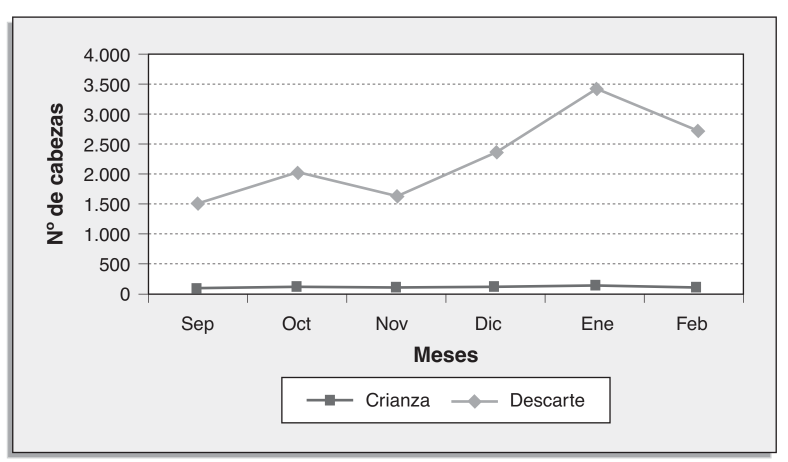


Bs 9.474.850 invertido por los campesinos del sector. De ese total de ganado vacuno fue comercializado el 60 ó 70%.

La condición de municipio agrícola y ganadero favorece a la consolidación de la feria semanal de Caracollo, que tiene cada vez mayor importancia comercial. El comportamiento de la oferta de ganado vacuno para descarte sufrió un aumento en los meses de octubre, diciembre, enero y febrero. En los meses de octubre, diciembre y enero la oferta de ganado fue mayor tanto para descarte como para engorde y crianza, aunque la oferta de estos últimos es siempre menor en todos los meses observados. El ganado vacuno para descarte es el más ofertado por los campesinos debido a aspectos como el déficit de oferta forrajera, peso vivo óptimo del ganado y necesidades de los campesinos.

El total de ganado ovino ofertado fue de 14.484 cabezas entre ganado para descarte y crianza; de ese total fue comercializado un 90 a 100 por ciento. Generalmente, la carne de ovino se destina para la preparación de comida que se expende en la feria. En proporciones mayores, hasta 1.500 cabezas, la oferta de ganado para descarte es alta durante los meses de septiembre a febrero y sólo una pequeña proporción (menor a 500) para la crianza (ver Figura 2). Durante el periodo de investigación se ofertaron 428 cabezas de ganado camélido, de este total entre 95 y 100% fue comercializado.

Figura 2
Cantidad ofertada de ganado ovino
Feria semanal de Caracollo



El ganado porcino se oferta para el descarte, el faeneo y la crianza; de 1.048 cabezas, fueron vendidas un 60 a 70% con destino a la ciudad de Oruro. Los subproductos pecuarios tienen su importancia para un sector que se dedica exclusivamente a este rubro, con connotaciones e intersecciones de comercialización análogas al municipio de Toledo (ver Cuadro 3).

Cuadro 3
Subproductos pecuarios ofertados en la feria semanal de Caracollo

Productos	Precio unitario promedio (Bs)	Volumen	Valor total aproximado (Bs)
GANADO OVINO			
Cuero fresco (pza.)	7,48	44.400	332.112
Cuero seco (pza.)	4,08	1.320	5.385,60
Vellón (lb.)	0,80	273.600	218.880
Subtotal			**556.377,60**
GANADO CAMÉLIDO			
Cuero fresco (pza.)	19	5.280	100.320
Fibra de llama (lb.)	2	43.200	86.400
Subtotal			**186.720**
GANADO VACUNO			
Cuero fresco de res	75	1.440	64.800
TOTAL			**807.897,60**

La comercialización de productos agrícolas tiene importancia porque genera una entrada que complementa o es parte importante de los ingresos obtenidos por los campesinos. La oferta de hortalizas representa 22,55% del valor total de productos que se ofrecen en la feria; los tubérculos como la papa y los subproductos hacen un total valorado de Bs 612.268,44 que representa más de la mitad del valor en la venta de productos agrícolas (60% del total). La oferta de grano de cebada hace un total de Bs 176.773,80 (17,35%), la oferta de forraje (paja de cebada y avena) es destinada a la alimentación de los vacunos (Cuadro 4).

La producción agropecuaria local del municipio se destina prioritariamente a la comercialización en la feria semanal de Caracollo. Las alzas y bajas de los precios ocurren en función al ritmo y época de producción; estratégicamente, muchos campesinos acomodan sus productos en los meses de mayor alza, por ejemplo, el forraje de alfalfa tiene un precio significativo el mes de septiembre.

En síntesis, la feria dominical de Caracollo, económica, social y culturalmente tiene una connotación regional con tendencia a convertirse a mediano plazo en un mercado campesino, por la rápida expansión y penetración de productos de origen industrial, y a largo plazo en un mercado de proporciones mayores por el crecimiento que actualmente denota el pueblo de Caracollo.

Cuadro 4
Productos agrícolas vendidos en la feria semanal de Caracollo

Productos agrícolas	Precio unitario promedio (Bs)	Volumen	Valor total aproximado (Bs)
HORTALIZAS			
Cebolla (con hoja)	0,58	102.899,10	62.736,72
Cebolla (cabeza)	0,99	18.659,40	19.464,96
Tomate*	2,00	4.080,00	8.160,00
Zanahoria	0,67	148.798,50	104.880,00
Nabo	0,52	12.155,85	6.725,88
Remolacha*	1,04	5.107,50	5.598,00
Haba	0,79	12.326,10	10.338,72
Arveja	2,67	1.362,00	3.840,00
Pimentón (Unid.)*	0,75	1.440,00	1.080,00
Lechuga (Unid.)	0,81	6.060,00	4.908,60
Perejil-Apio*	0,75	414,00	2.070,00
Subtotal			**229.802,88**
GRANOS			
Grano de cebada	13,24	151.533,00	176.773,80
Subtotal			**176.773,80**
TUBÉRCULOS Y SUBPRODUCTOS			
Papa	14,08	300.355,05	372.599,04
Chuño	22,90	114.476,10	230.969,40
Tunta	6,04	1.362,00	8.700,00
Subtotal			**612.268,44**
FORRAJE			
Alfalfa en Berza	1,00	120,00	120,00
Cebada en Berza	1,00	120,00	120,00
Subtotal			**240.00**
Total			**1.019.085,12**

* Son productos ofertados en la feria, pero producidos en otras regiones.

2.3.2. Feria semanal de La Joya

La feria de La Joya comenzó en la década del 60 e inicialmente se desarrollaba en la plaza del pueblo; actualmente se ubica en el sector sud del pueblo, en un pequeño mercado con infraestructura de aceras y pequeños tinglados construidos en la década del 90, gracias al aporte económico de la empresa minera Inti Raymi.

La feria tiene las características de una feria campesina y de un mercado campesino-urbano, por la presencia de gente del pueblo (mineros-campesinos, mineros) y de comerciantes de Eucaliptos que acuden en un bus y un camión. Se caracteriza por ofrecer productos de origen industrial (abarrotes, ropa, utensilios de cocina, artículos de diversa índole), en tanto que la presencia de campesinos con sus respectivos productos es reducida. Los productos de origen campesino son carne, lana, cuero y queso de ovino (ver fotografía 8). Destaca un grupo de campesinos que son acopiadores de cuero y lana de ovino, de éstos, tres son minoristas y un mayorista.

Los productos campesinos proceden de las comunidades aledañas y de la comunidad de Toma Toma (provincia Saucarí). Un aspecto importante es la presencia de viajeros de Huayllamarca y San Pedro de Totora, que justamente tienen como punto de descanso la feria de La Joya, que está al borde del camino que une la ciudad de Oruro con los pueblos



Foto 8: Acopiadores de vellón y cuero de oveja en la feria sabatina de La Joya.

antes mencionados. Generalmente, los sábados pasan cuatro o cinco motorizados entre colectivos y camiones. Los pasajeros, durante su descanso en este punto, aprovechan para consumir de los vivanderos, antes de continuar el prolongado viaje.

La dimensión económico-social de la feria tiene carácter microrregional, con tendencia de convertirse a mediano plazo en un mercado campesino-urbano por las características del pueblo, por la infraestructura con la que cuenta y por la presencia cada vez mayor de productos y artículos de origen industrial.

2.3.3. Ferias anuales en Caracollo y Paria

Actualmente existen 34 ferias anuales, de las cuales, la mayor parte tienen relación con la fiesta patronal del pueblo donde se realizan, otras con el aniversario del pueblo o con alguna fecha cívica. Se toma como parámetro la cantidad de motorizados porque permite medir la dimensión económica y social de la feria, además de la cuantificación aproximada de gente y productos que se presentan en los Cuadros 5 y 6.

A partir de este parámetro se distingue tres grupos de ferias anuales:



Foto 9: La feria anual en la población de Paria.

Cuadro 5
Ferias anuales del municipio de Caracollo

LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA FERIA	FECHA DE REALIZACIÓN	ALGUNAS CARACTERÍSTICAS
1. Juntuta	Fiesta de la Ascensión	Más de 10 motorizados: camiones, microbuses y taxis. Principales productos ofertados: ganado vacuno y ovino, papa, chuño y algunos productos industriales.
2. Kayhuasi	Corpus Cristi	Más de 5 motorizados: camiones, microbuses y taxis. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino.
3. Sillota Belén	Corpus Cristi	Menos de 5 motorizados. Más fiesta que feria.
4. Sillota Vito	5 de junio	Menos de 5 motorizados. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino.
5. Burguillos	6 de junio	
6. Villapata	San Juan	Menos de 5 motorizados. Más fiesta que feria.
7. Vila Vila	Fiesta del Carmen	
8. Jank'oñuño	Día del campesino	Más de 5 motorizados: camiones y taxis. Principales productos ofertados: ganado vacuno y ovino, chuño y algunos productos industriales.
9. Condoriri	Día del campesino	
10.Conchamarca	Aniversario del pueblo	
11.Querarani	Fiesta de la Natividad	Menos de 5 motorizados. Más fiesta que feria.
12.Caracollo	Fiesta de la Exaltación, 14, 15 y 16 de septiembre	Más de 250 motorizados: camiones, colectivos, microbuses, minibuses, taxis y camionetas. Diversidad de productos ofertados de origen campesino e industrial: ganado vacuno, ovino, llamas, porcinos, papa, chuño, grano, abarrotes, fruta, palos, arados, cerámica, miel, panes, etc., en grandes cantidades y volúmenes.
13.Lajma	Fiesta de San Miguel	Más de 10 motorizados. Más fiesta que feria.
14.Yarvicoya	Fiesta del Rosario	
15.Cañohuma	16 de noviembre	Más de 10 motorizados: camiones, colectivos, microbuses, minibuses y taxis. Principales productos ofertados: ganado vacuno y ovino, papa, chuño y algunos productos industriales.

Fuente: Elaborado en base a las visitas a las ferias y a diálogos con actores de las ferias, 2001.

Cuadro 6
Ferias anuales del municipio de Paria

LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA FERIA	FECHA DE REALIZACIÓN	ALGUNAS CARACTERÍSTICAS
1. Soracachi	Fiesta de San José	Más de 10 motorizados: camiones, microbuses y taxis. Principales productos ofertados: ganado vacuno y ovino, papa, chuño y algunos productos industriales.
2. Anocariri	10 de abril	Menos de 5 motorizados. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino.
3. Calapata	21 de mayo	
4. Tholapalca	21 de mayo	
5. Condorchinoca	24 de mayo	
6. Pasto Chico	Semana Santa	Menos de 5 motorizados. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino. Más fiesta que feria.
7. Lequelequeni	Domingo de Ramos	
8. Huayña Pasto Grande	Corpus Cristi	
9. San Juan Pampa	Fiesta de San Juan	Más de 15 motorizados: camiones, microbuses y taxis. Principales productos ofertados: ganado vacuno y ovino, papa, chuño y algunos productos industriales.
10. Pisaqueri	Fiesta del Carmen	Menos de 5 motorizados. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino. Más fiesta que feria.
11. Chillca	Santiago Concepción	
12. Crucero	7 de agosto	Más de 5 motorizados: camiones y taxis. Principales productos ofertados: ganado vacuno y ovino, chuño y algunos productos industriales.

(Continúa en la página siguiente)

Cuadro 6 ***(Continuación)***
Ferias anuales del municipio de Paria

LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA FERIA	FECHA DE REALIZACIÓN	ALGUNAS CARACTERÍSTICAS
13. Paria	Fiesta de la Asunta	Más de 150 motorizados: camiones, colectivos, microbuses, minibuses, taxis y camionetas. Diversidad de productos ofertados de origen campesino e industrial: ganado vacuno, burros, llamas, porcinos, papa, chuño, grano, abarrotes, fruta, palos, arados, cerámica, miel, panes, etc., en grandes cantidades y volúmenes (ver foto 9).
14. Cachi Cachi	Fiesta de la Natividad	Menos de 5 motorizados. Más fiesta que feria.
15. Guardaña	10 de septiembre	Menos de 5 motorizados. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino.
16. Cala Cala	Fiesta de la Exaltación	Más de 5 motorizados. Más fiesta que feria.
17. Lequepalca	Fiesta de San Miguel	Más de 100 motorizados: camiones, colectivos, microbuses, minibuses, taxis y camionetas. Diversidad de productos ofertados de origen campesino e industrial: ganado vacuno, burros, mulas, llamas, papa, chuño, grano, abarrotes, fruta, palos, arados, miel, panes, etc., en grandes cantidades y volúmenes.
18. Iruma	15 de octubre	Menos de 5 motorizados. Relativa cantidad de productos ofertados de origen campesino.
19. Banderani	Fiesta de San Andrés	Más de 10 motorizados. Principales ofertas: papa, oca, chuño, tunta, y cereales.

Fuente: Elaborado en base a visitas a las ferias y a diálogos con actores de las ferias, 2001.

- Las ferias de mayor envergadura e importancia son: Paria, Caracollo Lequepalca.

- Las ferias de menor importancia: San Juan Pampa, Juntuta, Cañohuma, Soracachi, Banderani y Caihuasi.

- Las ferias de poca importancia no se mencionan en los dos grupos anteriores o son las que representan más fiesta que feria, como la de Yarvicoya, Cala Cala, y Chillka, que no entran en los fines de este estudio.

2.3.4. Feria del 14 de septiembre en Caracollo

La feria anual del 14 de septiembre de Caracollo, con vigencia ininterrumpida desde la década del 30, conforma el triángulo ferial de la región conjuntamente con Paria y Lequepalca, cuya fama trasciende a otras regiones del país, incluso hasta las fronteras con Perú y Argentina. La feria dura tres o cuatro días, se inicia el día 13 y culmina el 16; el día de mayor movimiento es el 14. La feria ocupa los mismos lugares que la feria semanal y algunos más, por la gran cantidad de productos y comerciantes, y de gente que asiste a la ella. Todos los productos agropecuarios que se ofrecen en la feria tienen su puesto ya establecido y conocido por los consumidores. Las personas que se congregan allí proceden de distintos pisos ecológicos, por ejemplo: campesinos productores de diferentes lugares trayendo sus productos[10], comerciantes rurales y urbanos[11], mañazos de ganado vacuno y ovino[12], *ranqueros*[13]; transportistas que conducen a la gente de las ciudades de Oruro y El Alto, y los vecinos del mismo pueblo de Caracollo.

A esta feria no concurren mucho los *ranqueros* de burros de Sica Sica y Umala (provincia Aroma de La Paz), que regularmente asisten a las ferias de Paria y Lequepalca, donde el requerimiento de burros es mayor

[10] De los municipios de Caracollo y Paria; de las provincias Sajama, Litoral y Sur Carangas del departamento de Oruro (campesinos productores de llamas); de las provincias Inquisivi y Loayza del departamento de La Paz; de las provincias de Mizque, Capinota, Tapacarí, Bolívar y Chapare del departamento de Cochabamba, y algunas provincias de Santa Cruz.

[11] De Eucaliptos, de la provincia Aroma, del pueblo de Caracollo y de las ciudades de Oruro, El Alto y La Paz.

[12] De las ciudades de Oruro, El Alto y La Paz.

[13] Del pueblo de Caracollo, de Lahuachaca y de la provincia Aroma.

por parte de los campesinos de puna y cabecera de valle del departamento de Cochabamba, donde el único medio de transporte útil en una topografía accidentada son los burros y las mulas.

La estructura de la feria anual de Caracollo obedece a la tradicionalidad que han adquirido ciertos sectores de comerciantes y vendedores, aunque esto no es totalmente estricto. Los motorizados tienen distintos lugares de estacionamiento, esta disposición facilita el acceso a los sectores de compraventa de los productos.



Foto 10: La feria anual del 14 de septiembre en Caracollo, de gran envergadura, con duración de cuatro días.

3. La lógica de funcionamiento de las ferias campesinas

En un capítulo anterior se hizo referencia a elementos como la heterogeneidad y los grados de inserción de los campesinos dentro de la economía de mercado, además de los elementos subjetivos vistos desde la antropología económica. Pero queda por aclarar los objetivos que persiguen los campesinos, por qué lo hacen, qué hacen y cómo lo hacen. En ese intento de despejar interrogantes tomaremos a ferias campesinas específicas como casos de análisis.

Kervin (*op. cit.*: 25-26), para abordar el tema de la lógica de funcionamiento de las economías campesinas, distingue tres conceptos: 1) los objetivos que persiguen los campesinos, 2) los comportamientos que adoptan

para conseguir estos objetivos, lo que generalmente se llama la racionalidad económica, 3) la eficiencia, es decir, la cuestión de saber si estos comportamientos son o no compatibles con ciertos criterios *a priori* de eficiencia. Como las ferias campesinas son espacios de intercambio (venta) y de distribución, y no una situación de eficiencia productiva, son útiles los dos primeros conceptos para la comprensión de la lógica de funcionamiento de las ferias, no así el tercero y que es más para una cuestión de producción.

En las investigaciones sobre la economía campesina hay un concepto común que señala que los campesinos no necesariamente persiguen un objetivo ni un solo modelo de comportamiento, sino una diversidad que se debe a diferentes contextos socioeconómicos y físicos (*Ibid.*: 28-29). La diversidad de comportamientos tiene como elemento motor a la satisfacción de necesidades familiares (presentes y futuras), más que a la acumulación o a algún principio abstracto de reciprocidad (Caballero, *op. cit.*). Entonces, los objetivos económicos de los campesinos son: la satisfacción de necesidades, seguida de la maximización de ingresos. Socialmente, se inclinan a relacionarse con otros actores para afianzar las oportunidades o actividades en la feria o en los centros urbanos. Culturalmente, recrean algunas costumbres (*ch'alla* en viernes de carnaval para augurar prosperidad) en algunas feria-fiestas patronales, como complemento de diversión que hace la actividad ferial más diversificada. Entonces, la lógica de funcionamiento de las ferias campesinas se entiende a partir de los objetivos que persiguen los campesinos, donde la satisfacción de necesidades básicas es el asidero que dinamiza los comportamientos en las relaciones económico-sociales-culturales con los otros actores de la feria.

Los actores que participan y los elementos que generalmente presentan las ferias campesinas de Toledo y Caracollo son:

- Actores directos: campesinos, acopiadores de productos ganaderos comerciantes rurales y mañazos.
- Actores indirectos: transportistas, vivanderos, vendedores de artículos de diversa índole, vendedores en las tiendas de comercio, instituciones de desarrollo rural y de crédito.
- Productos que se ofrecen: agrícolas, ganaderos, industriales y otros de diversa índole.

- Intercambios económicos, sociales y culturales: compraventa de productos, trueque, encuentro con amigos, parientes, compadres, encuentros entre grupos de campesinos, reuniones de autoridades comunales, *ch'alla* a la labor que realizan o a los puestos de venta.

La feria campesina de Toledo es la única en el país con funcionalidad permanente en el transcurso de la semana, por la cantidad y volumen de productos y el comportamiento que presenta. Las ferias semanales y quincenales duran entre 2 y 4 horas, durante las cuales los objetivos son vender los productos campesinos (carne de oveja y llama, cuero, vellón e hilados), adquirir los insumos más básicos de la canasta familiar (satisfacción de necesidades básicas), departir con los parientes, amigos, informarse de las noticias, asistir a eventos, aprovisionarse de semilla en la época de siembra y participar en los cabildos del pueblo. En tanto, el objetivo de las mañazas es principalmente incrementar al máximo sus ingresos a un costo de adquisición mínimo.

Por las circunstancias de la malograda economía familiar (caso ferias de Toledo y Caracollo), los niños también participan en las ferias como vendedores ambulantes de gelatina, huevos duros cocidos, buñuelos, helados. Es también destacable la labor de las mujeres como eje dinamizador de estos espacios socioeconómicos (mañazas, acopiadoras de cuero y vellón, vendedoras de comida, de hortalizas, etc.). Si bien los roles están relativamente definidos por actividad, la feria no define la posición de género, es una relación de roles de la familia y el entorno ferial define la posición del individuo, con implicaciones en la actitud de las personas (enfoque de género).

La relación entre los actores tiene una dinámica permanente, los campesinos necesitan de los transportistas para llegar a la feria (traslado de los productos) y éstos a su vez necesitan de los campesinos para cubrir los costos de transporte y mantenimiento de sus vehículos. En la misma feria, los campesinos necesitan de los compradores (acopiadores, mañazas, ranqueros, compradores citadinos, etc.) para vender sus productos y, con el fruto de esa venta, comprar los artículos que no producen, que son de necesidad básica (abarrotes, ropa, fruta, etc.). Inversamente, los compradores necesitan de los campesinos para adquirir o acopiar los productos; en el caso de los acopiadores, el pilar del negocio está en los productos y subproductos que ofrece la feria. En todo este mosaico de actividades, los

campesinos también establecen interrelaciones con los vendedores de comida, los dueños de las tiendas de comercio, y muchas veces, con las instituciones de desarrollo rural que ofrecen microcréditos, como una opción para los campesinos con mejores posibilidades de capital de invertir en la actividad agropecuaria. Sin embargo, es necesario aclarar que muchos campesinos no sólo participan como productores, sino también como acopiadores, *ranqueros* de ganado vacuno, comerciantes rurales, vivanderas, transportistas, etc. Es decir, los campesinos y campesinas desarrollan una diversidad de actividades en las ferias semanales y anuales de importancia, asumiendo comportamientos de seudovendedores urbanos, pero a su estilo, constatándose que es el mejor espacio para el desenvolvimiento natural e ideal, adecuado a su racionalidad y costumbres.

Un elemento que dinamiza las relaciones económicas entre los actores es el lazo de amistad, parentesco, compadrazgo o reciprocidad que crea un cierto grado de compromiso económico y social entre los actores, especialmente en el compadrazgo. Por ejemplo, los *ranqueros* mayoristas de ganado vacuno se hacen amigos de los *ranqueros* minoristas para asegurar la cantidad de ganado que buscan acopiar, en tanto que los segundos aprovechan para aprender y escalar a los niveles de mayorista; esta relación muchas veces llegó hasta el compadrazgo. El caso más común de compadrazgo es de aquel campesino que nombra como padrino de uno de sus hijos a un transportista; el trasfondo del asunto es comprometer al transportista para que sea generoso con el compadre en el costo del pasaje o en el transporte de carga (estudio de caso de la feria semanal de Caracollo). El propósito al establecer estas relaciones sociales es obtener alguna ventaja o beneficio en el orden económico y social.

En la ferias anuales se observó un intercambio asimétrico y simétrico de productos; los campesinos de puna intercambian los productos con los de la planicie (grano de cebada u haba por ollas de arcilla o por vellón de oveja, y así con otros productos) y entonces la necesidad articula a los campesinos en una manifestación de simbiosis interzonal. La crisis del país, de alguna manera, reproduce el trueque entre el medio urbano y el rural cuando se hace intercambio de ropa usada, pan, arroz, fideo y azúcar con chuño, papa, grano de haba, maíz y otros, circunstancia que se observa en la feria semanal de Caracollo y Challapata, especialmente en la época de cosecha, como una forma estratégica de la población urbana de aprovisionarse de productos campesinos. De esta manera, se asegura

el abastecimiento culinario, que resulta ser económicamente viable y fortalece los lazos de intercambio.

Los encuentros o reuniones entre grupos de campesinos y residentes se animan con la confraternización deportiva, como ocurre con la feria anual de El Choro donde incluso comparten una comida entre todos los participantes, con el afán de socializar y afianzar los nexos de amistad entre los campesinos de los diferentes cantones del municipio. Complementariamente se desarrolla la exposición de ganado semimejorado (ovino, vacuno y porcino), con premio a los mejores ejemplares y la exposición de los trabajos artesanales por cada zona de canalización. El objetivo es departir o socializar en todas las actividades y mostrar a los otros actores de la feria que el cantón está encaminando en el marco del desarrollo agropecuario. Tanto en la articulación de redes sociales como en el movimiento económico, la presencia del campesino es fundamental.

Desde esta perspectiva se proponen dos modelos de funcionamiento de las ferias en base a los parámetros tamaño y flujo productivo; estos dos criterios permiten diferenciar los volúmenes de producción que ofrecen los campesinos y la presencia de los diferentes actores que coadyuvan en la interacción económica y social, de tal manera que distinguimos ferias de dinámica interregional y microrregional. La primera con repercusión a nivel interdepartamental, que mueve una actividad informal significativa con enlace hasta niveles internacionales; la segunda viabiliza el acceso de los sectores locales que tienen una vinculación poco frecuente donde la producción campesina repercute en los niveles urbanos cercanos principalmente (ver Figuras 3 y 4).

4. Dinámica económica regional e interregional

Según Condarco (1987), en tiempos precoloniales los habitantes se movilizaban de una zona agroecológica a otra con sus respectivos productos, lo que ha denominado "viajes interzonales". Durante el coloniaje se trató de reducir los espacios de control, limitando las relaciones económicas y sociales del mundo andino. La implantación de la Reforma Agraria de 1953 cambió en cierta medida las bases productivas campesinas con la creación de una serie de modelos; fue así que las ferias en algunos contextos andinos surgieron con más vigor y otras se consolidaron aprovechando la apertura

Figura 3
Modelo de funcionamiento de las ferias de dinámica interregional

CAMPESINOS(AS)

PRODUCCIÓN LOCAL

Acopiadores

Comerciantes rurales

Otros actores

FERIAS DE DINÁMICA INTERREGIONAL

Mañazas(os)

Ranqueros

Transportistas

Productos industriales

Productos agrícolas y pecuarios

CENTROS URBANOS

Materia prima

Cuero de oveja

PERÚ, ARGENTINA Y URUGUAY

Figura 4
Modelo de funcionamiento de las ferias de dinámica microregional

vial y el transporte para la comercialización. Con la consolidación de las ferias, muchos sectores se convirtieron en el eje económico de la población involucrada, lo que Alberto (1999: 93) denomina "la estrategia para diversificar la alimentación y reproducción del proceso productivo".

La gama de productos campesinos y otros que se ofrecen en los espacios feriales articula el medio urbano y el rural cada vez con más frecuencia[14], creando una dependencia en el consumo de la población urbana, e inversamente por la expansión mercantil ultra-atractiva y consumista. Una evidencia fue el desabastecimiento en los mercados urbanos como resultado de los conflictos sociales que se sucedieron en el país.

La feria semanal de Caracollo, del total productivo que ofrece, destina más del 50% a la ciudad de Oruro, involucrando de esta manera a los campesinos del mismo municipio, principalmente de Eucaliptos, y Lahuachaca y a intermediarios de la ciudad de Oruro. Los actores sociales implicados en los espacios feriales tienen un itinerario cíclico casi definido en el circuito ferial de los departamentos de Oruro y La Paz (ferias semanales o anuales), donde realizan actividades específicas que se repiten en todas las ferias; es decir, a Caracollo llevan vellón y cuero de oveja, ovinos y vacunos en pie, papa, chuño, principalmente, que acopian o compran en las ferias de La Joya, Patacamaya, Lahuachaca o, al contrario, de Caracollo a estas ferias, pero el destino y punto central de distribución son las ciudades de Oruro, La Paz y Cochabamba, principalmente.

La feria de Caracollo es el espacio con mayor dinámica económica, que ha dado lugar a la especialización de algunos campesinos a quienes se conoce como *"ranqueros mayoristas o minoristas"*. La importancia radica en que desde la base campesina se incentiva una serie de alternativas, porque la feria es un medio para la comercialización oportuna y viable desde el punto de vista del campesino, pero que deriva en valores agregados tanto para el campesino como para el ranquero. A la vez, es una fuente laboral informal que estructura una red social bien afianzada, que se difunde de padres a hijos. Algo similar ocurre con las mañazas de

[14] Producto de un diagnóstico socioeconómico, se observó que la feria dominical de Achacachi es otro punto fundamental para la articulación de la población urbana, especialmente de la clase media y residentes campesinos que asisten masivamente los domingos para abastecerse de productos campesinos; además, la feria es un factor coadyuvante para la diversificación de actividades para la gente que vive en el pueblo, con implicaciones en el desarrollo del municipio (PROSUKO, 1998).

las ferias semanales y quincenales del municipio de Toledo, que con el acopio de carne de oveja y llama, en el transcurso de los años fueron consolidando el mercado Walter Khon como lugar de venta, cuyo consumidor masivo es la población citadina (ver Figura 5).

Figura 5
Panorama de la comercialización de carne ovina y camélida

En el caso del municipio de El Choro, la población campesina suministra directamente a la ciudad de Oruro carne y queso de ovino (martes y viernes); de allá llevan a Llallagua, Cochabamba y La Paz. Por consiguiente, la feria anual de El Choro es un complemento que tiene como

objetivo promocionar, aunque no repercute, dada la escasa difusión que realizan las autoridades, por lo que la actividad ferial vincula con los lazos de confraternidad a los cantones y residentes.

El circuito de ferias anuales en el departamento de Oruro, por tradición, moviliza a campesinos no sólo de las provincias estudiadas, sino de otros lugares, con el objetivo de vender el ganado vacuno y camélido en pie, cuero, vellón, charque y comprar maíz, grano de cebada, etc. La articulación a estos espacios es muy significativa en términos de presencia campesina, que genera movimiento económico prioritariamente, aunque cada vez más mercantilizado, de bienes y productos que se ofertan en dichas ferias. Por tanto, el campesinado es la base dinamizadora para la funcionalidad de las ferias, lógica ya conocida por los intermediarios, y en la que edificaron sus cimientos y estructuraron el tejido social, siendo inclusive los coautores de la creación de algunas ferias.

El vínculo del campesinado con las ferias semanales y anuales (Caracollo, Toledo, Paria y Lequepalca) gana solidez, en tanto que algunas ferias semanales o quincenales del municipio de Toledo tienden a debilitarse por la competitividad de otras y la insuficiente productividad campesina. En síntesis, es beneficiosa la centralización de una feria en un punto de trascendencia vial, porque se promueve el desarrollo del pueblo y genera efectos multiplicadores entre los implicados: otorga mejores oportunidades para la expresión campesina, moviliza a gente de la clases media y pobre de las ciudades, porque es un espacio donde se puede adquirir productos y bienes a precios más accesibles.

Las ferias campesinas se constituyen en la cadena primaria para la comercialización de productos y subproductos con destino a las ciudades de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y otras ciudades intermedias del país, con un flujo permanente y movilizando la economía de los denominados ranqueros, mañazas, etc. (figura 6). Además, el cuero fresco de ovino como materia prima ha incursionado en los mercados del Perú, Argentina y Uruguay para el curtido de cueros[15]. De esta manera, las ferias campesinas se constituyen en escenarios que aportan con insumos básicos al sector artesanal y pre-industrial.

[15] Los grandes acopiadores de este producto señalan que el cuero fresco de ovino tiene pocas estrías, es más dócil para el curtido y económicamente viable, por esa razón es apreciado en los mercados extranjeros, sin menospreciar al mercado nacional y que últimamente está valorando esta materia.

Figura 6
Destino de la producción pecuaria a partir de las ferias campesinas

Figura 7
Ferias anuales en el municipio de Paria

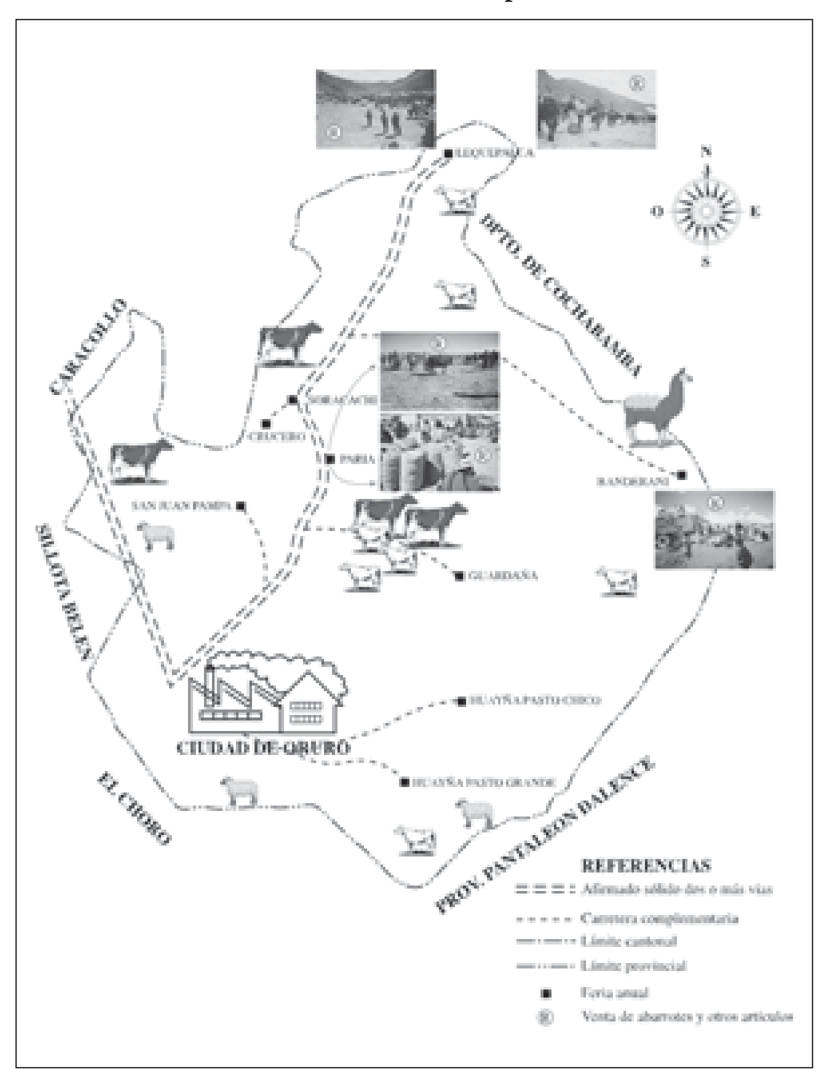


Figura 8
Ferias semanales y quincenales en el municipio de Toledo

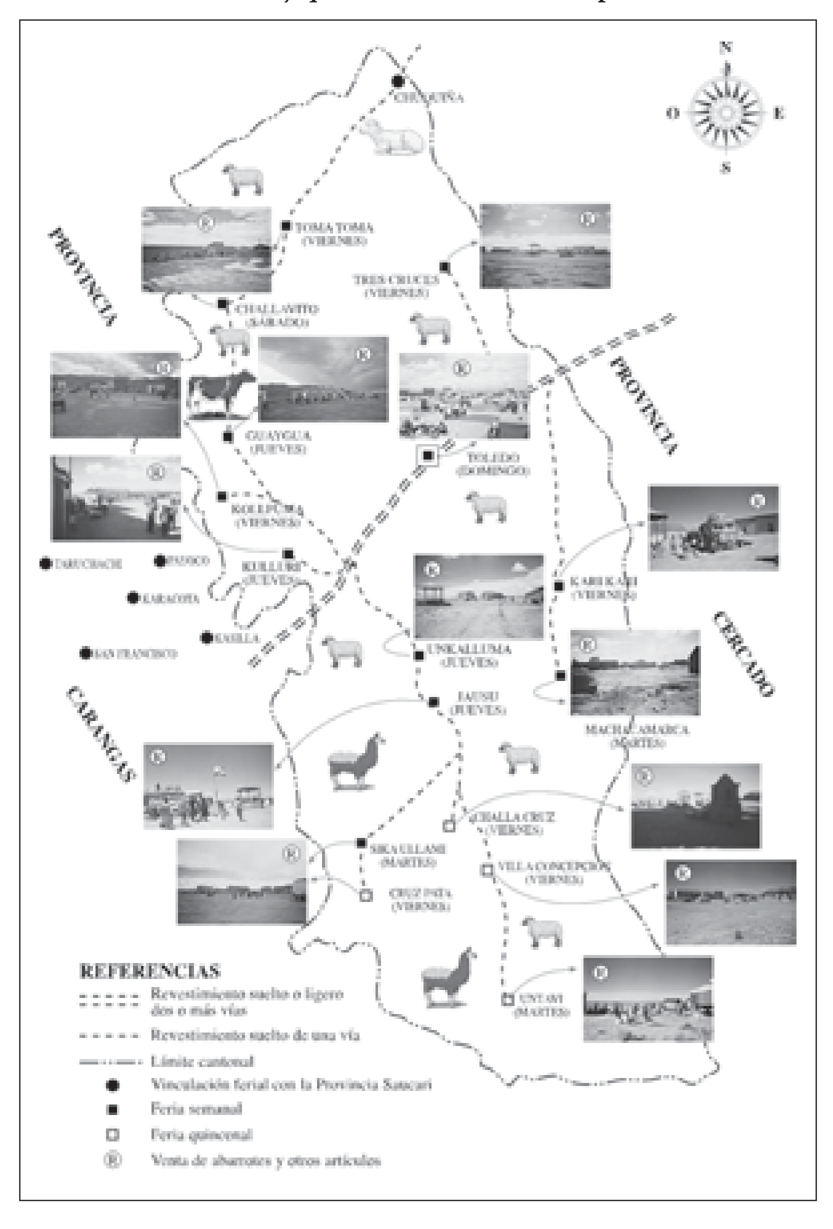


Figura 9
Ferias anuales en el municipio de El Choro

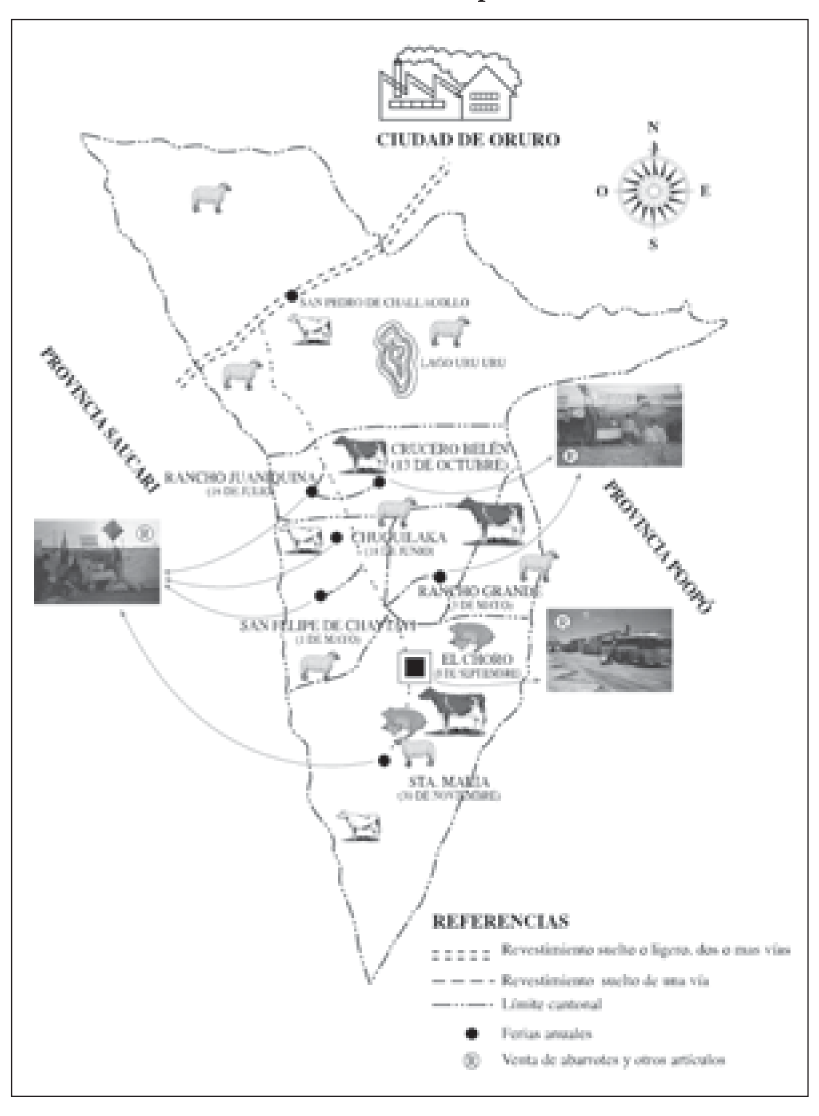


Figura 10
Ferias anuales en el municipio de Caracollo

Las Figuras 7, 8, 9 y 10 muestran claramente la base productiva de cada municipio, la vocación productiva del campesino reflejada en la ferias. Si bien existen diferencias de producción entre los espacios ecológicos, la feria es la bisagra y una de las mejores oportunidades para que el campesino pueda ofrecer su producción, a pesar de la vinculación directa al medio urbano.

La feria semanal de Caracollo ofrece una diversidad de productos y, por tanto, concentra gran parte del valor comercial por su condición de municipio agrícola y ganadero. El comportamiento de la oferta de ganado vacuno en la feria de Caracollo sufrió un aumento en los meses de octubre, diciembre, enero y febrero. En enero se ofertaron 605 cabezas para descarte, 275 para crianza y 220 para engorde. El ganado vacuno para descarte es el más ofertado por los campesinos cuando hay déficit de oferta forrajera o el peso del ganado vivo es óptimo y también cuando aumentan sus necesidades. Los ranqueros transportan en uno a dos camiones, con destino al camal de las ciudades de El Alto, La Paz y Oruro, a veces comercializan en las ferias de Lahuachaca y Patacamaya, de acuerdo a su conveniencia económica.

La carne de ovino es el producto pecuario más vendido en las ferias semanales y quincenales del municipio de Toledo. En la feria dominical de Toledo se demandó en mayor cantidad la carne de ovino, representando el 22,91% en relación con las demás ferias semanales. La de Cari Cari vendió el 21,82%, Machacamarca el 8,92% y Toma Toma 8,21%. La feria que demandó menos carne de ovino fue la de Culluri con el 2,83%. Con relación a las ferias quincenales, la feria de Challacruz es donde se vendió el 45,79%, seguida de la feria de Untavi con 31,84%. Toda la carne de oveja tiene como punto central de concentración la ciudad de Oruro, específicamente el mercado Walter Khon, de allí otros intermediarios transportan la carne a las ciudades de El Alto, La Paz, Cochabamba, Llallagua y Santa Cruz. Así, el sistema intermediario se inserta entre el campesino y el consumidor, dada la complejidad del sistema económico moderno. El sistema global de comercialización se inicia en el sistema ferial, y consta de circuitos comerciales que generalmente giran alrededor de uno mayor; lo más común son las formas de venta a través de rescatistas móviles, los puestos de comercialización en las ferias de magnitud, el intercambio de productos entre campesinos en las ferias anuales y lugares de acomodación durante la feria (caso ferias semanales y quincenales).

La feria genera un importante sector de servicios pequeños que los campesinos aprovechan, como ser: herrería, venta de animales menores, venta de heno, venta de artesanías (*tullmas*[16], sogas, chuspas, bayeta, aguayo, chullus, etc.), venta de *ph'asa*[17], etc., en especial en las ferias de Caracollo y Toledo.

Por estas referencias, la feria tiene un comportamiento dinámico, en parte por la influencia que ejerce lo rural en lo urbano y también por la cadena de relaciones y matices propias del habitante campesino, que confluyen en la formación de una serie de redes sociales entre los actores locales, donde el campesino garantiza con su producción agropecuaria gran parte de las necesidades de consumo de la población urbana, es decir la necesidad de producir siempre algún excedente destinado a la feria o al mercado urbano.

El sistema ferial de la zona estudiada se caracteriza por ser básicamente de salida de productos agropecuarios de origen local, pero la producción de una región es también consumida por la población de otra, de modo que se presentan flujos donde entran los productos y salen a otros destinos.

La producción agropecuaria que se ofrece en las distintas ferias es una respuesta a la demanda local, distinta en cada municipio. En Toledo se oferta ganado ovino y camélido en carcaza, cuero de ovino y llama, vellón de ovino, fibra de llama , queso de ovino y algunos productos agrícolas como papa y chuño que es de carácter temporal; el destino es Oruro, El Alto, Cochabamba, Santa Cruz; el cuero y vellón de ovino, cuero y fibra de llama a las ciudades de Oruro, La Paz, El Alto, Cochabamba, y al Perú (vía Desaguadero), Argentina y Uruguay (vía Villazón).

En lo que respecta al municipio de Caracollo, la feria provee de ganado vacuno en descarte a las ciudades de Oruro, El Alto, La Paz y a Lahuachaca; el ganado ovino en pie tiene como destino las ciudades de Oruro y Cochabamba y Konani y Lahuachaca. El ganado camélido (llamas) en pie es llevado con destino a Konani y a la ciudad de El Alto; el porcino a la ciudad de Oruro. La mayor parte de los cueros de ovino, llama, res, incluyendo el vellón de ovino, fibra de llama, tienen como destino Desaguadero, y en menor escala las ciudades de Oruro y El Alto; entre los productos agropecuarios la papa se destina a la ciudad de Oruro, el chuño también a

16 Cinta tejida de lana de oveja que sirve para entrelazar las trenzas de las mujeres de pollera.
17 Arcilla con un contenido mínimo de arena y limo en su textura, se usa para comer con papa cocida.

la ciudad de Oruro y a Desaguadero; la quinua a las ciudades de Oruro, Cochabamba y Santa Cruz; la cebolla, la zanahoria y otros productos agrícolas salen a la ciudad de Oruro.

Existe un nexo interregional a través del ganado rescatado de las ferias de Punata y Challapata, que se comercializa en la feria de Caracollo y luego en Lahuachaca o Patacamaya; esta actividad es propia de los denominados ranqueros mayoristas, y la época depende de la oferta y la demanda de este rubro.

4. Estrategias campesinas en los espacios feriales

Desde la óptica del proyecto, se entiende por estrategias campesinas al conjunto de acciones desarrolladas consecutivamente y adaptadas a circunstancias temporales–espaciales, aprovechando las ventajas y oportunidades internas y externas del entorno, para alcanzar un determinado objetivo socioeconómico. Desde ese punto de vista, las estrategias socioeconómicas son aquellas ventajas u oportunidades que utiliza el campesino, recreando en lo posible los recursos esenciales, para asegurarse a través de ellos el sustento de la familia y el devenir. Las estrategias campesinas están inmersas en las ferias campesinas con dinamismo, creatividad y recreación en la forma de valor de uso. Genéricamente, las estrategias campesinas son el conjunto de acciones o actividades que los campesinos desarrollan en su vida cotidiana, con el objetivo central de satisfacer sus necesidades básicas.

1. Estrategias socioeconómicas campesinas en los ámbitos feriales

Las ferias campesinas, al ser espacios socioeconómicos y culturales de realización periódica y cíclica, son núcleos que posibilitan un accionar diverso por parte de los campesinos. Del conjunto de actividades que éstos desarrollan en las ferias, las de mayor relevancia son: acopio de productos ganaderos, como *ranqueros*; campesinos productores, como acopiadores de ganado ovino en pie; la reproducción social; venta de artículos de diversa índole, como comerciantes rurales; y trueque, como campesinos productores o intermediarios.

Existen diferencias en el abanico de actividades socioeconómicas que las familias desarrollan en las ferias campesinas, que pueden deberse a situaciones como la magnitud de las ferias, el flujo socioeconómico, la ubicación geográfica, las potencialidades productivas, las vías de comunicación o de acceso y el tamaño de la población participante. Por ejemplo, la feria semanal de Caracollo, ubicada en el mismo pueblo, tiene la ventaja de estar en el mismo tramo carretero entre Oruro y La Paz y cerca de la ciudad de Oruro (37 km), lo que facilita el acceso de los campesinos de la zona (productores, *ranqueros*, transportistas) y de la gente de la ciudad (comerciantes, transportistas, consumidores). A esto se suma que la zona cuenta con un significativo potencial agrícola-ganadero. Todos estos factores posibilitan un flujo socioeconómico importante en toda la zona y la región y, por ende, un amplio abanico de actividades campesinas y no campesinas. No acontece lo mismo en las ferias de El Choro, mientras que en Toledo las ferias semanales y quincenales tienen impacto solamente en los sectores de la circunscripción ferial, aspecto que no permite ampliar el flujo socioeconómico por falta de planificación y visión de futuro. En principio, las actividades que se desarrollan en las ferias campesinas no denotan mucha importancia, pero cuando se comprende el funcionamiento y la lógica interna que asumen los campesinos, llega a fascinar su complejidad. Por consiguiente, la compresión de las estrategias permite entender los comportamientos y la toma de decisiones de una familia en un momento dado, a corto, mediano y largo plazo, siendo estas acciones creativas o adaptativas a circunstancias a veces imprevistas. A continuación se ejemplifican los casos más comunes.

1.1. Acopio de productos locales

El acopio de productos por parte de intermediarios o rescatistas ha sido una actividad conocida y practicada desde la época colonial. Núñez (*op. cit.*: 82) al respecto señala que según los primeros cronistas españoles, en las formas de intercambio de productos (trueque) que se practicaba en los Andes, se hacía alusión a términos tales como "rescatiri" o "rescates". Los primeros personajes que ejercitaron este tipo de prácticas fueron los curacas (caciques coloniales), ya desde entonces la palabra "rescatiri" es una denominación alusiva a los intermediarios.

Después de la Ley de Reforma Agraria de 1953, la actividad de intermediación creció ostensiblemente. El surgimiento de nuevas ferias dio lugar al surgimiento de rescatistas mayoristas y minoristas, que a veces lograban apropiarse de un determinado sitio, donde se agrupaban (Blanes, *op. cit.*: 42).

Actualmente, la actividad de intermediario es una actividad estratégica alternativa para los campesinos, quienes encuentran una de las mejores opciones en términos económicos, el bienestar de sus familias en una economía de mercado que domina tanto en las ferias como en otros espacios socioeconómicos.

De todos los casos de intermediación en la región, el de mayor relevancia es el de los *ranqueros* de ganado vacuno, con presencia permanente en las ferias semanales y anuales de Caracollo.

1.1.1. Un **ranquero** *mayorista de ganado vacuno*

La actividad del ranquero es estratégica y la que mejor conocen los campesinos del municipio de Caracollo y de otras poblaciones con características análogas. La experiencia adquirida y el éxito en este negocio hace que algunos operen con montos de capital en efectivo que sobrepasan los diez mil bolivianos, y donde participan varios miembros de la familia, que con el tiempo mejoran en su nivel de vida (ver Figura 11).

El éxito de la actividad del ranquero depende de determinadas condiciones. Por lo general, tiene una propiedad mayor a 25 has, con más de 5 has de alfalfa, recurso alimenticio básico para el engorde del ganado vacuno, que le posibilita criarlo temporalmente; también almacena suplementos adicionales como heno de alfalfa y broza de haba. Estos recursos son la base para sostener de forma permanente a 25 cabezas de ganado vacuno con propósitos de engorde y para mantener un flujo permanente de salida y entrada de animales, por ejemplo, si salen tres animales, entrarán dos o tres nuevos; en caso de tener mayor capacidad de carga (oferta forrajera) podrá aumentar proporcionalmente el número de animales.

Muchos *ranqueros* mayoristas, con el afán de acrecentar sus ganancias, incursionaron en actividades de faeneo de animales (*mañazos*) y venta de carne (carniceros). Sin embargo, los informantes clave señalaron que algunos fracasaron por no tomar en cuenta condiciones

Figura 11
Estrategia de un *ranquero* mayorista de ganado vacuno en la feria semanal de Caracollo

- Oferta los animales que ha traido para vender (5 a 7 cabezas) en el sitio que le corresponde.
- Decide cuántos animales va a comprar (2 a 3 cabezas), dependiendo de cuántos llegará a vender.
- Busca entre los vendedores de ganado quién o quiénes oferten a precios convenientes.
- Mientras busca, un miembro de su familia se queda en el sitio de venta de los animales.
- Los compradores de ganado generalmente son los mañazos de las ciudades de Oruro o El Alto.
- Los vendedores de ganado generalmente son campesinos y ranqueros minoristas.

CON EL CAMPESINO (Dueño)

- Pregunta al dueño cuánto pide por su ganado.
- Adula al dueño y manifiesta su experiencia.
- Comenta sobre la calidad del animal, ¿es buen animal?
- Luego propone al dueño un precio por el animal.
- Después de un breve regateo, coloca en manos del dueño el monto de dinero que propone.
- Generalmente, es él quien impone el precio por el animal.
- Para cerrar el trato, compra un par de cervezas o referescos para ch'allar por la transacción diciendo: "que sea en buena hora".
- Luego se despide amablemente del dueño, diciendo "hasta otra ocasión".
- Los tratos se facilitan cuando el dueño es un pariente o amigo.

CON EL RANQUERO MINORISTA

- Pregunta al ranquero cuánto pide por el ganado.
- Examina exhaustivamente al animal, si le interesa empieza el regateo sobre el precio.
- En este proceso de regateo, como ambos ranqueros conocen del negocio, cada uno hace gala de sus conocimientos respecto al precio justo.
- En el regateo, el ranquero minorista persuade hasta convencerlo.
- Cuando se ve que el minorista está por ceder, entrega en manos del dueño el monto de dinero que propone.
- A veces, el monto de dinero entregado suele ser menor a lo propuesto, lo que provoca cierta molestia en el minorista.
- Después de un largo regateo, quien impone el precio final es el minorista, con lo que se cierra el trato (ch'alla).
- La amistad con el minorista hace que el regateo sea un momento ameno.

CON EL MAÑAZO

- Recibe ofertas de los mañanzos, elige al que propone un buen precio por sus animales, dejando a un lado la relación de amistad que pueda existir.
- El regateo suele ser similar al que tiene con el ranquero minorista.
- Generalmente, es él quien impone el precio por el animal.
- Para cerrar el trato, el mañazo compra un par de cervezas o refrescos para ch'allar por la transacción efectuada (diciendo: que sea en buena hora).
- Luego, se despide amablemente del dueño, diciéndole: "hasta otra ocasión".
- Los tratos se facilitan cuando el dueño es un pariente o amigo.

- Se conduce los animales comprados al camión, para luego trasladarlos hasta la comunidad (lugar de residencia). El dueño del camión suele ser amigo o pariente.
- Se lleva a los animales para el engorde a los terrenos de su comunidad.
- Después de 15 ó 21 días, cuando los animales suben de peso, nuevamente se los lleva a la feria, esta vez para venderlos a los mañazos.
- Además de la feria de Caracollo, se compra ganado en las ferias de Challapata y Punata, para tener un grupo estable de 20 a 25 animales, con un flujo permanente de salida y entrada de éstos.
- Con esta dinámica, generalmente se gana por cada animal Bs 100 a 200. El capital económico para este negocio es mayor a Bs 10.000.
- Por la venta de los animales se recupera el capital del negocio y se obtiene cierta ganancia.

preestablecidas para el éxito de esta actividad, como ser: contar con un puesto propio para la venta de carne, tener un flujo de capital que posibilite amortiguar y/o reemplazar los montos de dinero adeudados por los compradores de carne, etc. Pasar de ranquero a mañazo puede procurar un ascenso social y mayor prestigio en la comunidad.

1.1.2. Caso del **ranquero** *minorista de ganado vacuno*

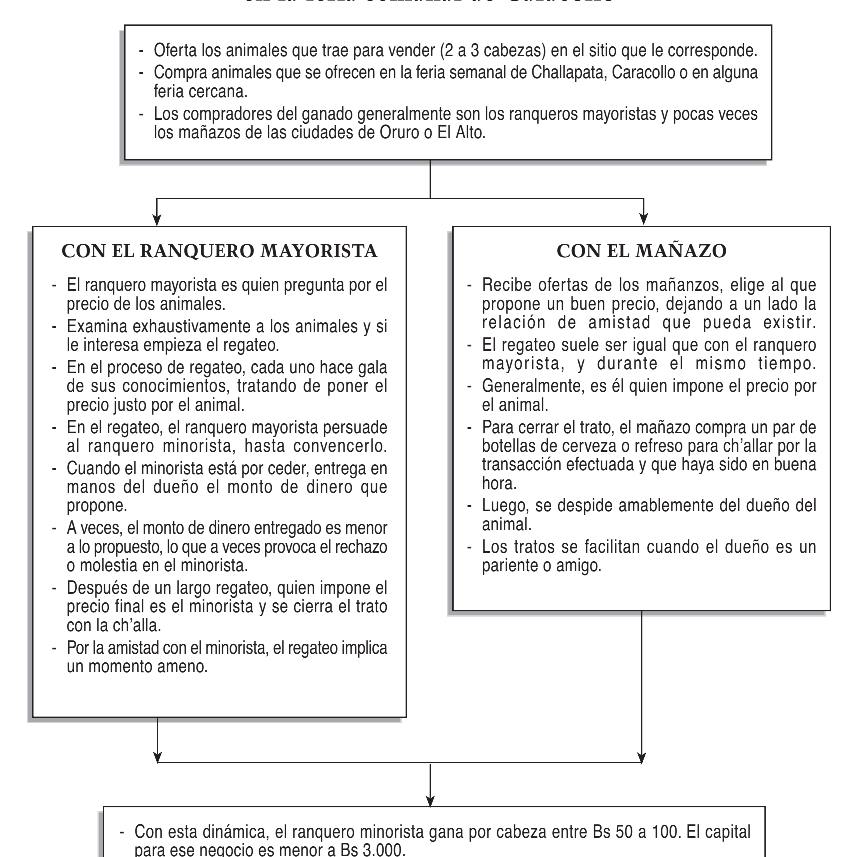
La calidad de *ranquero* minorista es la etapa previa antes de ser mayorista; pueden pasar más de 5 años antes de ser mayorista, siempre y cuando se aprendan todos los movimientos del negocio y el manejo empírico de la contabilidad para evitar pérdidas significativas. Este crecimiento no sólo significa contar con dinero (capital), sino también con capitales productivos, como terrenos propios con cultivos de alfalfa y otros forrajes (haba, cebada, etc.). Un *ranquero* minorista generalmente empieza con un capital mayor a 3.000 bolivianos, y la actividad es considerada como complementaria, sólo se dedica a ella el jefe de hogar (ver Figura 12).

La estrategia del *ranquero* minorista se fundamenta en lo siguiente: compra 2 a 3 animales en la feria dominical de Challapata y los vende en la feria dominical de Caracollo, es decir, un domingo va a Challapata y el siguiente a Caracollo; si allí no logra vender los animales, va a la feria de Lahuachaca o Patacamaya, en caso de no vender, los lleva a pastar en los terrenos de su comunidad. La razón principal para que no los venda suele ser el precio bajo que ofertan, así, el *ranquero* espera 2 ó 3 domingos. Es una actividad complementaria que coadyuva a la economía de la familia campesina.

1.2. Los acopiadores de ganado ovino en pie

Es una actividad típica en el municipio de Toledo, donde el campesino acopiador empieza a recorrer las unidades campesinas desde la alborada para comprar los ovinos en pie y trasladarlos a su casa, para faenearlos. Estratégicamente, utiliza todas las relaciones de amistad, parentesco y compadrazgo en el ayllu y fuera de él, en un proceso de permanente relacionamiento para consolidar la actividad. Por eso entrega la carcaza y

Figura 12
Estrategia de un *ranquero* minorista de ganado vacuno en la feria semanal de Caracollo



el cuero fresco a una mañaza, con quien mantiene una relación de confianza incluso para que ésta transmita el conocimiento de su oficio a los miembros de su familia. Los anticipos y plazos son convenidos entre el acopiador y la mañaza (ver Figura 13).

Figura 13
Campesinos acopiadores de ganado ovino en pie

Amistad
UNIDAD CAMPESINA
Parentesco
UNIDAD CAMPESINA
Compadrazgo
UNIDAD CAMPESINA
Relaciones sociales en el acopio de ganado ovino en pie
Faeneo
ACOPIADOR CAMPESINO
Contínuamente
Ocasionalmente
FERIA DE CARI CARI
FERIA DE TOLEDO
CIUDAD DE ORURO
Mayorista
Cbba. o La Paz
Consumidor directo

Como esta actividad es casi continua, representa uno de los ingresos económicos de importancia para el sostén de la familia. Por eso, es importante el costo de oportunidad al momento de comprar y el valor adicional que se obtiene al vender el ganado en las ferias. Este juego estratégico de compraventa de ganado permite al campesino vincularse a las ferias y tiene la posibilidad de acumular capitales y bienes, y practicar costumbres de su cultura como la *ch'alla*. Algunos campesinos con el transcurrir del tiempo consiguieron adquirir un colectivo, vinculándose como transportistas a la feria del sector.

En las ferias campesinas se percibe que, en general, el campesinado valora menos la producción local; sin embargo, el flujo productivo tiene un significado relevante en el consumo de la población urbana (carne, queso, cuero), de manera que una desproporción eleva los precios y afecta directamente la economía de la población urbana. En los últimos años la oferta siempre estuvo por encima del equilibrio, debido a la táctica que utilizan las mañazas o los intermediarios de desvalorizar la conciencia productiva del campesino, al que Nogales (1983: 44) denomina el logro de altos beneficios como objetivo principal de los intermediarios. Por consiguiente, es prioritario planificar los canales de comercialización para los campesinos hacia los centros de consumo masivo.

1.3. El caso de la reproducción social

Por tradición, todos los campesinos del municipio de Toledo se vinculan a la feria semanal de Toledo, que aún no ha perdido la vigencia, constituyéndose en la más importante de la región. En ella los campesinos encuentran mayores oportunidades de venta y compra de sus productos y subproductos pecuarios, y es un medio para el entretenimiento o reuniones de la organización social, además de que los jóvenes pueden encontrar pareja entre los actores sociales que participan en la dinámica de la feria.

La noción de "casero(a)" es la más común en la relación entre campesinos-productores y los intermediarios (mañazas y acopiadores), es una cuestión que comienza desde la relación del "parentesco". Por ejemplo, la venta de carne de oveja y llama se realiza entre "paisanos de un mismo ayllu u otro". No es casual escuchar expresiones como: "qué me lo has traído hermana(o) o casera(o)", aspecto que posteriormente enlaza en el

compadrazgo, según la afinidad "sea muy buena o muy franca". Algo similar ocurre con la relación entre los campesinos y los comerciantes rurales en la compra de diversos artículos, donde es muy común escuchar "dame al fiado casera, el domingo te lo pagaré".

De los transportistas que recorren la ruta de las ferias, más de la mitad tienen por esposa a una mañaza, esto es una ventaja que se aprovecha en el acopio de productos y subproductos a un precio accesible, además que genera un compromiso para las próximas ocasiones de ofrecer mejor costo de carga o en la compra cuando exista mucha oferta al campesino (ver Figura 14). De esta manera se estructuran o consolidan las relaciones económicas y sociales a diferentes niveles en las ferias semanales o quincenales. Núñez (*op. cit.*) corrobora que los productores campesinos articulan redes sociales con los intermediarios y los comerciantes, reproduciendo relaciones de reciprocidad asimétricas en términos económicos, a cambio de relaciones más simétricas en aspectos sociales.

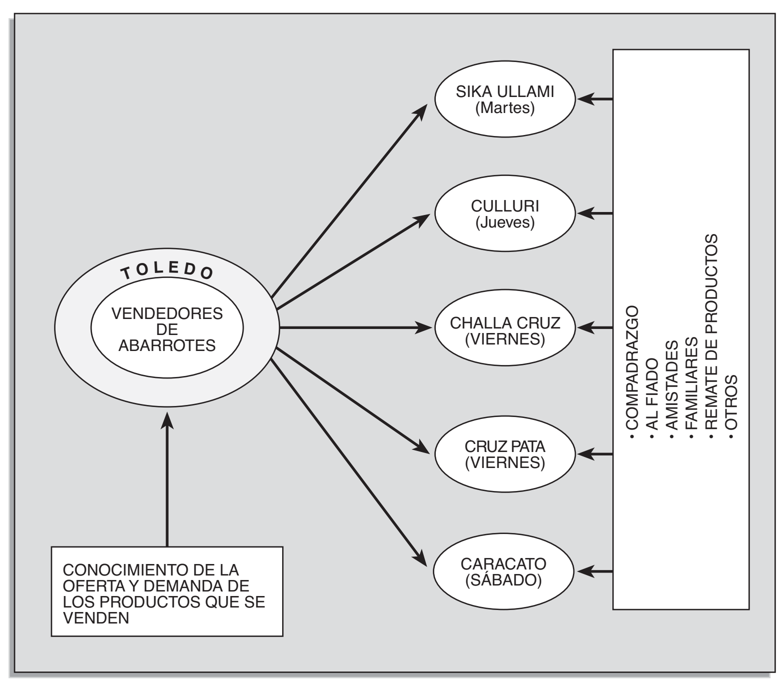
1.4. Comerciantes rurales

El comercio es una actividad económica de respuesta a la falta de empleos formales, en el sentido de que en el país y en el departamento de Oruro hay una escasa capacidad de absorción de fuerza de trabajo por la economía capitalista. Los comerciantes rurales del pueblo de Toledo, que son campesinos, estratégicamente ampliaron y consolidaron su espectro de venta en las diferentes ferias semanales y quincenales del municipio; lo mismo en la provincia Carangas (Tarucachi, San Francisco, Caracota, Payoco y Kasilla) (ver Figura 15).

Cada comerciante rural tiene designado un punto de venta en la feria semanal o quincenal. Normalmente asiste a cuatro ferias durante la semana (martes, jueves, viernes y sábado), distribuidas entre ellos por simple acuerdo, y respetando los espacios designados. Generalmente, asisten dos a cuatro comerciantes rurales por feria; el que vende a menor precio y con aumento (yapa) atrae a un número mayor de compradores campesinos e inclusive dan al fiado a sus amistades, parientes y compadres de confianza.

Figura 14
La estructuración de redes sociales en la provincia Saucarí

Figura 15
El comerciante rural y su articulación en las ferias semanales y quincenales del municipio de Toledo



En las ferias alejadas como Untavi, Cruz Pata, Challa Cruz, Villa Concepción y Challavito es imprescindible la presencia de los comerciantes rurales, como única fuente de abastecimiento de artículos de primera necesidad, creando dependencia de las familias campesinas que valoran menos la producción local (quinua, cañahua, chuño, cebada).

Existe predominancia femenina entre los comerciantes rurales porque la mujer tiene mejor intuición para la estrategia de reproducción económica en las ferias. También llama la atención el número significativo de comerciantes provenientes de la población de Eucaliptos en las ferias, porque para ellos es una actividad básica que coadyuva en la generación de recursos económicos que incide en la subsistencia familiar.

La población campesina del municipio de Caracollo, en el transcurso de la semana, se ocupa de las actividades agropecuarias, pero el día de feria es comerciante ambulante o fijo, con un capital relativo, no por la

falta de tierras o inversión productiva, sino por la funcionalidad de la economía campesina en el sector, donde la expansión mercantilista es inevitable, principalmente en las ferias campesinas de magnitud, en las que los comerciantes tienen el objetivo de ampliar el mercado interno introduciendo mercancías producidas industrialmente y extrayendo dinero hacia la economía nacional.

Para afianzar su actividad, los comerciantes rurales acuden al fiado, como una estrategia para estrechar vínculos con los campesinos de diferentes comunidades, y en la perspectiva de dinamizar y asegurar la venta. Los roles que desempeñan los actores en las ferias son fenómenos que están estrechamente ligados a la racionalidad del medio, sin embargo, se establecen de manera que permiten una alta diferenciación dentro de la cadena de comercialización.

1.5. Trueque entre campesinos o de intermediario a campesinos

Históricamente, la modalidad del trueque "reciprocar productos" sirvió para satisfacer necesidades de los habitantes de puna con productos del altiplano (valor de uso); este mecanismo ecosimbiótico dio lugar a la conformación de redes sociales, estableciendo y regenerando amistades o parentescos. El intercambio de productos entre campesinos en cabecera de valle, puna y altiplano tiene vigencia ancestral en la feria anual de Lequepalca y muy poco en Paria y Caracollo.

La feria de Lequepalca "cobra sentido al reciprocar productos locales de cada ámbito" y en proporciones convencionales para iniciar el diálogo, que por tradición aún persiste, aunque cada año con menos cobertura. Sin embargo, se mantiene la costumbre de mascar coca (*picchu* o *acullico*) en agradecimiento y buen augurio, aunque antes se hacía la *k'oa* (ofrecimiento de mesa preparada).

Los campesinos de puna (Leque, Japo, Pongo, Tapacari, Caluyo, Ramada, etc.), al llegar a sus lugares, preparan los productos a reciprocar, respetando los patrones ya establecidos de medida, sean estos costales, platos de barro o sombreros (*Q'olos*) que se convierten en medidas convenidas por ambas partes al momento de "reciprocar". Los campesinos del altiplano, principalmente de las provincias Saucarí, Carangas, Sur Carangas,

Nor Carangas y Cercado se ubican en los lugares próximos a los de puna. Las equivalencias principales son las siguientes:

1/2 @ de oca	x	1 vellón de oveja
1/2 @ de papa	x	1 vellón de oveja
1 cuartilla de maíz	x	1 cuero de oveja
1 cuartilla de kawi (oca deshidratada)	x	2 vellones de oveja
1 cuartilla de chuño	x	1 vellón de oveja
2 platos de maíz	x	1 olla mediana de barro
2 platos de grano de cebada	x	1 olla mediana de barro
4 sombreros de grano de cebada	x	1 vellón de oveja

El intercambio es libre, según el acuerdo de las partes y la preferencia de los productos; los productos más reciprocados de la puna son: oca, kawi y maíz, y del altiplano el vellón y cuero de oveja. En el caso de los intermediarios, en forma particular cambian verduras, plántulas de cebolla, pan, fruta y artículos de primera necesidad por granos de cebada y haba, papa y chuño, aspecto que no tiene ninguna relación simétrica porque prevalece el oportunismo, el ansia de absorber a menor costo frente a los campesinos que tienen la necesidad de diversificar su alimentación.

El trueque en la feria anual de Lequepalca tiene vigencia bajo criterios tradicionales y en una fecha oportuna. Sin embargo, Platt (1987) sugiere que el trueque puede operar como una especie de regulador de los precios, puesto que se da en función de la necesidad del que pide y las relaciones se establecen mediadas por la necesidad, o lo que Argandoña (1999) ha denominado la distribución social, que conduce a sociedades comunitarias y solidarias. Entonces, ¿por qué estas relaciones manifiestan declinación? ¿Para los campesinos será una opción para contrarrestar la crisis, mientras la sociedad moderna se debate en el utilitarismo?, ¿se estará deteriorando la principal fuente de energía para la producción de alimentos y la seguridad alimentaria de los campesinos?

La feria de Lequepalca es un momento del año muy esperado por los campesinos, el intercambio de productos y subproductos beneficia a la población de puna y de cabecera de valle que se proveen de lana de ovino y camélido para el hilado de su vestimenta, que les distingue de otras subregiones, como en el caso de la comunidad de Leque, donde las mujeres llevan ropa típica (tejido tradicional) y en el sombrero una flor rosada o blanca; mientras el beneficio para la población campesina del altiplano

es la diversificación en la alimentación, especialmente con maíz, grano de haba seca, oca, kawi, etc. El intercambio de productos también afianza la relación social, a veces por la compatibilidad llegan al compradrazgo, los jóvenes encuentran a su compañera(o) de su vida, en otros casos es una invitación para participar en las labores de cosecha (puna, cabecera de valle) o pastoreo de ganado (altiplano).

Esta faceta de intercambio de productos es tan importante en la vida económica de los pueblos que aún se mantiene vigente como parte de las tradiciones socioeconómicas de nuestras culturas, pero que se pierde en los esquemas neoliberales de globalizadores versus globalizados. Estudiando estos aspectos de la vida social campesina, se llega a aclarar, debatir y formular estrategias más viables en el orden económico, social y productivo que debería asumir la región, dada la heterogeneidad del medio, y donde la biodiversidad es una ventaja comparativa inconmensurable. Asimismo, se logra comprender el comportamiento de la sociedad campesina, que si bien es compleja en su desenvolvimiento, fascina en su entendimiento.

En síntesis, el intercambio de productos es tan saludable e integrador para la sociedad campesina en el sentido de reproducir los mecanismos primigenios de la macroadaptación. En todo el ámbito andino actuaron los diversos modelos de organización económica bajo el principio del "*ayni*", que es la génesis de la reciprocidad, al que Temple (1989) en otros términos dice:

> No hay sistema más anticapitalista que el sistema de reciprocidad, casi se puede decir que es el único sistema conocido hoy que puede vencer y superar al sistema capitalista.

La estructura organizativa en los Andes aún no declinó porque el ayni es uno de los ejes articuladores de la sociedad en la lógica de estar juntos, trabajar juntos en la colectividad, y estrechamente relacionado con el ofrecimiento de ofrendas a la madre naturaleza que trasciende al cosmos.

5. Potencialidades y limitaciones de las ferias campesinas

1. Ventajas de las ferias campesinas

Las ferias anuales de Challapata, Caracollo, Lequepalca y Paria mantienen su importancia y trascendencia histórica; incluso las de Challapata y Caracollo se han convertido en ferias semanales, lo que ha contribuido al progreso de ambos pueblos, que en la actualidad son los municipios más prósperos del departamento de Oruro. A su vez, el crecimiento productivo de los campesinos ha sido vital para el desarrollo de las ferias anuales o semanales.

El objetivo de optimizar la producción agrícola-ganadera y sus derivados para lograr el ansiado "desarrollo rural" fue apoyado por la ex Corporación de Desarrollo de Oruro y actualmente respaldan esta iniciativa la Secretaría Departamental de Agricultura y Ganadería (SEDAG), la cooperación internacional y las diversas ONGs involucradas con diversidad de programas y proyectos. Este hecho incentiva a los campesinos a ofertar sus productos en la feria, sitio de amplio espectro mercantil donde el valor de cambio tiene eminente lógica capitalista, sin olvidar que históricamente este espacio socioeconómicos tuvo una fuerte connotación de valor de uso.

Las ferias anuales vigentes se caracterizan por la gran concurrencia de los campesinos del área que intervienen en los actos mercantiles, ya sea como compradores, vendedores o como intermediarios para acopiar productos. Asimismo, la feria tiende a ser progresiva, dura entre 3 y 4 días, y en ella se estructuran redes sociales entre actores de diferentes pisos ecológicos, entre éstos y la población urbana que acude a comprar

y vender diferentes insumos y los transportistas que se concentran de manera significativa.

Con relación a las ferias campesinas del municipio de Toledo, y según los campesinos que participan en ellas, estos espacios son un medio para la venta inmediata de sus productos (carne de ovino y camélido y sus complementos) y la provisión directa de otros artículos indispensables para el consumo familiar, de modo que se ven favorecidos tanto los campesinos que viven cerca a la feria como los que habitan lugares más alejados.

En un principio, las ferias semanales se crearon para responder a la necesidad de comunicación e intercambio productivo; sin embargo, por razones sectarias se fueron creando ferias en otros pueblos y con distinta frecuencia. Entre las ferias quincenales que tienen mayor popularidad están las de Untavi y Challa Cruz; de las semanales se puede mencionar a la de Toma Toma y, últimamente por su ubicación estratégica, a la de Sika Ullami. En estas ferias participan muchos campesinos y se presenta una interesante oferta de productos pecuarios, especialmente para el acopio de las mañazas. Las ventajas que ofrecen las ferias campesinas del municipio de Toledo son:

- Comunicación efectiva y venta oportuna de productos y subproductos pecuarios. Como la feria se ubica en un punto cercano, los campesinos que no pueden dedicarse al pastoreo comercializan con facilidad la carne de oveja y llama que ofrecen.

- Posibilidad para proveerse de productos esenciales para la canasta familiar.

- Genera empleo informal permanente para transportistas, intermediarios, vivanderos y ambulantes.

- Espacio de socialización y planificación comunitaria; afianzamiento de las relaciones entre intermediarios y campesinos.

Las ferias conocidas no necesitan auspicio o promoción; pero las que se paralizan en época de lluvias, por la intransitabilidad de las vías, recurren a avisos radiales para reiniciarse. Es el caso de las ferias de Cari Cari, Machacamarca, Tres Cruces y Unkalluma.

Respecto a la feria semanal de Toledo, la tradición hace que aún mantenga una relativa importancia en el espacio socioeconómico que impacta

a toda la provincia Saucarí. La feria es un mecanismo que refuerza la participación y dinámica de los actores sociales de esta c*apital de provincia*, donde también se realiza otro tipo de eventos que concentran a los campesinos, pero en actividades menores.

En un contexto análogo, las ferias anuales del municipio de El Choro tienen funcionalidad gracias al impulso de sus autoridades que promocionan la producción artesanal y la oferta de ganado vacuno y ovino, principalmente. El espacio ferial como tal ofrece pocas posibilidades a los intermediarios (mañazas) porque la población campesina tiene vínculo directo con la ciudad de Oruro; no obstante, la feria resulta ser un espacio de convivencia intercantonal y los campesinos siguen cooperando con su organización, con el propósito de mantenerlo vigente.

2. Limitaciones en las ferias campesinas

La participación de los campesinos en las ferias, tanto en la dinámica interregional como microrregional, varía por la incidencia de factores como: las diferentes condiciones geográficas del altiplano, la desigualdad de posibilidades económicas —que impulsa la conformación de redes privilegiadas para el acopio y la comercialización del ganado—, la magnitud de las ferias (anuales, y por lo tanto de mayor dimensión, quincenales y semanales), la existencia o no de buenas vías de comunicación, la aceptación campesina, la oferta constante de insumos productivos.

Un aspecto fundamental es el estado de las carreteras como punto de acceso y vinculación a las ferias campesinas. Cuando éstas están alejadas del centro urbano, por lo general presentan caminos en estado deplorable, intransitables en época de lluvias. Por esta causa, por ejemplo, las ferias semanales y quincenales del municipio de Toledo se debilitan, y si el fenómeno climático se prolonga es más dispendiosa la rehabilitación. En el caso de la provincia Cercado, este problema es excepcional.

En las últimas décadas se crearon ferias campesinas en muchos pueblos con el objetivo de hacer viable el acceso a los puntos más alejados. ¿Es este hecho una respuesta para la economía campesina? ¿Es el impacto de la globalización o de una singularidad de intereses grupales en el afán de articular su población? Sin embargo, la cuestión no es fundar

ferias, sino brindar opciones de vinculación para el campesinado, dándoles acceso, al mismo tiempo, a los servicios básicos.

La expansión de las ferias campesinas no siempre es exitosa: ferias muy cercanas entre sí se debilitan unas a otras, más aún si se realizan al mismo tiempo, como ocurrió en el municipio de Toledo, a través de la descentralización ferial, generando mayor división entre los pueblos involucrados.

La feria semanal de Caracollo, si bien está consolidada, aún debe mejorar en su organización: ubicar mejor a los vendedores, no restringir el acceso de los medios de transporte, ceder espacios a los puestos de venta pequeños, evitar la proliferación de basura, etcétera. Sucede lo mismo en la feria anual, cuyas dimensiones escapan de la planificación municipal. Últimamente, ha trascendido la competencia entre las organizaciones territoriales de base (OTBs) de las zonas Norte, Sud y Alto Caracollo con el objetivo de atraer a los vendedores de mayor impacto a su sector; esta pugna se manifiesta antes de la feria y crea complicaciones para ubicar a los "fuereños" que llegan anticipadamente a la feria y cuya presencia es tradicional (vendedores de palizada, miel, pan y artesanías).

La falta de disponibilidad de espacios amplios para acomodar a los comerciantes es una de las limitaciones en el escenario de las ferias anuales de Caracollo, Lequepalca y Paria, lo que da lugar a un desborde más allá de los límites de la población, creando condiciones antihigiénicas y el desconcierto en la población visitante.

El sistema de intermediación influye en la regulación de los precios de los productos que se comercializan y es una desventaja para el campesino, porque el intermediario es responsable de todos los males: enriquecerse comprando barato o intercambiando productos al campesino rural y vendiendo caro al consumidor urbano (Durt, *op. cit.*: 21); pero a veces son los mismos campesinos que interactúan en la intermediación y que logran someter a su lógica extractiva a sus propios coterráneos. Sin embargo, la figura no es tan simple, entre la producción y el consumo existen cadenas de acopio y distribución, inclusive desde la chacra a la olla, y por consiguiente, eliminar la intermediación no abarataría los costos directos, más bien quebraría las relaciones tradicionales que se han establecido en la cadena y crearía mayor demanda laboral.

3. La gestión de las ferias campesinas y sus connotaciones

Para organizar y hacer viable un espacio ferial, campesinos y autoridades emprenden una serie de actividades, como la planificación, tomando en cuenta ventajas coyunturales, la definición de las características de la feria, la ubicación de los espacios para su establecimiento y la difusión. Las ferias de reciente creación necesitan de la gestión local para hacerlas posibles como evento; en cambio, para su consolidación requieren de una planificación o redefinición continua. Las ferias de tradición, en tanto, precisan de los arreglos espaciales del escenario.

En ese entendido, los fines que persigue cada región de acuerdo a sus potencialidades son distintos, principalmente definidos por la vocación productiva en interacción con los alcances socioeconómicos. Sin embargo, los criterios expresados por las autoridades municipales, autoridades originarias, campesinos vinculados a las ferias, intermediarios y población civil tienen connotaciones comunes[1]: potenciar las bases productivas de los campesinos para que puedan ofertar más; fomentar la participación de otros actores; promocionar la feria continuamente; regular la funcionalidad de las ferias semanales y quincenales; y mejorar la ubicación para los comerciantes rurales.

En un taller organizado en el municipio de Toledo, se propuso la reconstrucción o reestructuración del espacio ferial, centralizando las dispersas ferias para fortalecer solamente una feria principal que logre agrupar a un número significativo de intermediarios que puedan cubrir la oferta productiva campesina, tomando como ejemplo a las ferias de Caracollo y Challapata. La alternativa no es dable sin la concertación y participación de los pobladores concurrentes a dichas ferias, especialmente aquéllas que tienen vigencia de décadas. La gestión consistiría en que las ferias semanales pasen a ser quincenales y éstas a mensuales durante un tiempo de prueba, y posteriormente estas últimas puedan desaparecer definitivamente. De esta forma, la feria de Toledo podría revitalizarse en su impacto, lo que sería aprovechado por el municipio en el cobro del "sentaje", como aporte propio generado en el espacio ferial. Un factor

[1] Se llegó a estas conclusiones en el taller de validación y debate respecto a las ferias campesinas y sus implicaciones; en esa ocasión los asistentes llenaron una boleta de encuesta dirigida a esta temática.

que podría facilitar la propuesta es lograr la pavimentación rígida de la carretera Oruro-Toledo, ya que dicha población es punto troncal, y le abriría muchísimas posibilidades para el flujo comercial.

Desde el punto de vista de las autoridades municipales de El Choro, las ferias anuales constituyen el único medio para promocionar la producción campesina. Pero en el afán de generar nuevos espacios a nivel regional e interregional, se han creado ferias del queso y de comidas típicas, y también se participa en eventos organizados en la ciudad de Oruro, para dar a conocer el potencial pecuario y la calidad de los productos que, según las autoridades municipales y los campesinos, pueden tener una sostenibilidad continua en el año. No obstante, la realidad es distinta, las ferias anuales no cumplen dicho objetivo, no logran promocionar la producción local (queso y carne de oveja), y sirve más bien para socializar y entablar amistad entre los campesinos y residentes. Posiblemente, una feria quincenal en El Choro podría colmar las expectativas de la población campesina que tiene el hábito de vender directamente en la ciudad de Oruro, evitando que los planes de promoción se disipen.

En el caso de la feria de Caracollo, es prioritario ofrecer mejores condiciones para los campesinos y los comerciantes, tanto en el espacio ferial semanal como en el anual, es decir, mejorar los flujos de entradas y salidas para ampliar el mercado de los productos campesinos hacia los centros urbanos. Se necesitan espacios exclusivos (plazas, tambos) para brindar comodidad y acceso a los participantes en la feria. La propaganda que difunden las autoridades del municipio para la feria anual del 14 de septiembre es muy eficaz para promocionarla a nivel regional e interregional; esta acción engrandece la feria, pero no sucede lo mismo con la feria semanal, que necesita de una planificación (promoción y ordenamiento) continua.

La gestión de las ferias campesinas, desde la perspectiva de dinamizar las actividades intrínsecas a la feria, tiene implicaciones en el desarrollo de los pueblos; sin embargo, tres ejemplos concretos resumen una realidad bivalente: Caracollo y Challapata están consolidadas gracias a las medidas impuestas por las autoridades; Toledo se revitalizaría con la centralización ferial; en tanto que en El Choro aún necesitan una deconstrucción de objetivos a mediano y largo plazo.

Gestionar la factibilidad de las ferias campesinas de trascendencia en el departamento de Oruro es aún un desafío en proceso. Todavía necesitan de un diagnóstico de sus elementos dinamizadores y luego de un análisis

de los aspectos estratégicos externos e internos de la feria. Escuchar las propuestas de los actores involucrados, entablar el diálogo y tratar de comprender los hilos que entraman la feria, daría mayores pautas para su consolidación.

La feria se denomina "campesina" porque tiene como base la participación campesina; es un medio de confluencias económicas, sociales y culturales, donde las estrategias socioeconómicas fluyen y se manifiestan en actividades que buscan objetivos concretos, por esa razón, este tipo de espacios tiene significativa connotación en los diferentes rubros.

Conclusiones

En el Altiplano, concretamente en las provincias Cercado y Saucarí, las ferias se realizan consecutivamente, con una frecuencia determinada, siendo la base de su funcionalidad y vigencia la producción campesina agrícola o ganadera y la participación campesina, junto a la interacción e interrelación de actores sociales de diversa idiosincrasia que manifiestan acciones propias. Toda esta dinámica posibilita una estructura de relaciones sociales de diferente índole que matizan las estrategias campesinas en cada tópico de la feria.

Cada feria campesina se adapta a cada contexto, la participación campesina en relación con los otros actores involucrados moldea las particularidades de cada espacio socioeconómico, porque los objetivos son los mismos: asegurar la producción, proveerse de lo más indispensable, desarrollar la actividad más viable, ser partícipe de los momentos de recreación y de las actividades de cada comunidad o ayllu (reuniones, cabildos, etc.).

Las ferias campesinas de dinámica interregional del departamento de Oruro cobran vigencia, crecen y se articulan para su funcionamiento; mientras que en las ferias de dinámica microregional se puede advertir estabilidad o decrecimiento. En todos los casos, el núcleo que hace viable y consolida las ferias es la participación campesina.

Respecto a las economías campesinas

La organización socioeconómica de las comunidades campesinas de los municipios de Caracollo y Paria se desarrolla a partir de elementos

tradicionales y/o autóctonos (heterogeneidad, diversidad de actividades, interdependencia, aversión al riesgo, presión, recursos-población, etc.), elementos hispano-católicos (ingresos, transacciones basadas en dinero) y rasgos capitalistas recientemente introducidos (la libre oferta y demanda en la compraventa de productos, competitividad, etc.).

En la provincia Saucarí, el fundamento económico de los campesinos es la crianza de ovinos y camélidos, y en menor escala, la producción agrícola; de manera complementaria y excepcional se practica el comercio informal y las labores eventuales. La falta de empleo adicional hace que una minoría emigre hacia el pueblo, otra mayoría a los centros urbanos o a países vecinos. Similar es la situación en el municipio de El Choro, con la diferencia de que la producción continua de queso genera ingresos adicionales, vital para el devenir económico de las familias campesinas.

Respecto a la naturaleza de las ferias campesinas

Las ferias campesinas semanales ubicadas en el punto vial estratégico —Caracollo, Challapata— son las que gozan de una gran participación de campesinos, intermediarios, comerciantes rurales, etcétera. Esta dinámica ferial genera efectos multiplicadores a diferentes niveles y es un factor de desarrollo y prosperidad de esos pueblos; la centralización ferial permite ampliar el escenario socioeconómico, repercutiendo en el entorno local, regional e interregional; crea, asimismo, un "centralismo económico-social en la región", y la ubicación geográfica estratégica le otorga facilidades en la articulación con otros espacios socioeconómicos, lo que da lugar a una dependencia relativa con los centros urbanos de consumo.

En la actualidad, en el municipio de Caracollo están vigentes 34 ferias anuales y la mayor parte de ellas tienen relación con la fiesta patronal del pueblo. Las ferias anuales de Paria, Lequepalca y Caracollo —triángulo ferial de la región— por la tradición que les arraiga, tienden a ampliarse en su duración. Por otra parte, la extensa convergencia poblacional diversifica los productos e insumos que se ofertan. La feria anual es una respuesta del campesinado para revitalizar sus modos de vida económica, social y cultural. Por ejemplo, para los niños la incursión en la feria es un aprendizaje y para los jóvenes es uno de los momentos para conseguir pareja o un espacio de entretenimiento.

La descentralización en ferias semanales y quincenales en la provincia Saucarí debilitó a la feria más importante y tradicional de la región, como es la feria semanal de Toledo, lo que demuestra que este hecho propicia el sectarismo o división entre los pueblos que tienen feria. La provincia Saucarí es la única a nivel nacional que tiene ferias con funcionalidad permanente en la semana (12 semanales y 4 quincenales).

La expresión de las ferias campesinas concentra tres particularidades en el desarrollo socioeconómico: a) Las ferias anuales del municipio de El Choro posibilitan la promoción del ganado semimejorado, la exposición de trabajos artesanales y culinarios y de productos del agro de las zonas de canalización y los clubes de madres. b) Las ferias semanales y quincenales de la provincia Saucarí están orientadas a la producción pecuaria local, que tienen la necesidad de ofertar los subproductos ganaderos y comprar los insumos más básicos; esta especificidad les proporciona una vinculación permanente con la ciudad de Oruro. c) Las ferias del municipio de Caracollo están centralizadas en la población de Caracollo que concentra la mayor parte de la producción campesina, sea agrícola o ganadera, cuya magnitud repercute a todo nivel, siendo el eje principal del desarrollo del municipio.

La lógica de funcionamiento de las ferias campesinas de las provincias Saucarí y Cercado se deduce a partir del objetivo que persiguen los campesinos, que es la satisfacción de necesidades, como motor que dinamiza su comportamiento en sus relaciones económico-sociales-culturales con los otros actores de las ferias.

Con la presente investigación se ha comprobado que la feria semanal de Caracollo es un espacio socioeconómico de simbiosis entre la economía campesina y la economía capitalista (Núñez, *op. cit.*:150), en la cual coexisten los principios tradicionales de reciprocidad y los principios mercantiles, cuya tendencia a corto plazo es un mercado rural. Casi con las mismas características se presentan las ferias anuales de Lequepalca, Paria y Caracollo. En cambio, la feria semanal de Toledo estaría en un proceso de transición con tendencia a mercantilizarse en todas sus esferas.

Respecto a las estrategias campesinas

Las estrategias campesinas son las acciones que desarrolla el campesinado en su articulación con el espacio ferial, aprovechando las ventajas y

oportunidades internas y externas del entorno ferial y adaptadas a las circunstancias del medio. De todas esas actividades, las más comunes y dinámicas son el acopio de productos locales (ranqueros de ganado vacuno, mañazos de ganado ovino en pie y rescatistas de productos agrícolas), la reproducción social de comerciantes campesinos y el trueque. Estas actividades son recursos esenciales para asegurar la satisfacción de necesidades básicas de los ranqueros o mañazos. Entonces, la feria campesina es una oportunidad para el desarrollo de las estrategias campesinas, inmersas en el valor de uso y de cambio, para alcanzar un determinado objetivo socioeconómico.

Todas las acciones que desarrollan los campesinos en las ferias están articuladas a redes sociales de parentesco, real o ficticio, de amistad y de compadrazgo, ya sea con mañazas o mañazos, comerciantes rurales, transportistas y vivanderos. Los campesinos que tienen buenas relaciones sociales gozan de mejores oportunidades para ofertar sus productos, facilidades en la adquisición, diferencias en el costo de transporte y otros. La noción de casero(a) o hermano(a) es una categoría nativa particular del campesinado andino. El uso de estas redes sociales permite llevar a cabo estrategias socioeconómicas en la modalidad de valor de cambio.

Respecto a las potencialidades y limitaciones de las ferias campesinas

Las ferias pequeñas tienden a contraerse o desaparecer porque su vigencia está sustentada por la población cercana a la feria que empieza a interrelacionarse con el medio urbano, donde también pueden comercializar su producción (ferias semanales y quincenales de la provincia Saucarí y ferias anuales del municipio de Caracollo). En cambio, la feria semanal de Caracollo muestra limitaciones en la ubicación de los sitios y la higiene, que es cuestión de un mejor ordenamiento municipal. Por otro lado, muchos coinciden en que el intermediario es el responsable de la compra desventajosa; pero es un puente indispensable para el acopio y la distribución de los productos campesinos, es una actividad informal no cuantificada en la ocupación de mano de obra laboral, aunque muchos de estos intermediarios son campesinos (dualidad de actividades).

Gestionar la realización de ferias campesinas requiere de una redefinición continua en la perspectiva de atraer campesinos y comerciantes, tarea de las autoridades municipales, las organizaciones originarias y las instituciones, como ocurre en El Choro. Las ferias de tradición, por su parte, precisan de los arreglos espaciales del escenario, como en Caracollo. Cada región persigue intereses propios, de acuerdo a sus potencialidades y a su vocación productiva, en interrelación con los alcances socioeconómicos.

Bibliografía

Agroecología Universidad de Cochabamba (AGRUCO)
1996 "Apuntes sobre reciprocidad". En: *Serie técnica* No. 32. Cochabamba.

Alberto, Marcelo
1999 *Dinámica socioeconómica e intercambio de chuño como estrategia de reproducción ecosimbiótica campesina*. Tesis para optar al título de licenciatura.

Aramburo, Carlos
1983 *Las comunidades de España y del Perú*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Argandoña, Juan
1999 *Valores y economía entre los comunarios del valle bajo de Cochabamba*. Cochabamba: PROMEC-UMSS.

Arrieta, Mario
1997 *Seminario Internacional sobre estrategias campesinas.* Sucre: PIED-ANDINO.

Birbuit, G.
1992 *La economía campesina en la microrregión de Caquiaviri y Comanche, provincia Pacajes*. La Paz: Servicios Múltiples de Tecnologías Apropiadas.

Blanes, José
1981 *Agricultura campesina y los mercados de alimentos (experiencias recientes)*. La Paz: CERES.

Caballero, José María
1982 "Agricultura peruana: economía política y campesinado. Balance de la investigación reciente y patrón de evolución. En: IGUINIZ, Javier. *La cuestión rural en el Perú*. Lima.

Camino *et al*.
1989 *Organización económica en los andes*. La Paz: Hisbol.

Caro, Deborah
1985 *Los que nos dividen: resistencia y cambio en ayllus ganaderos en Ulla Ulla, Bolivia*. Tesis para optar al título de doctorado, Universidad John Hopkins, Baltimore, Estados Unidos. Traducido del inglés al español por M. Schulte.

Céspedes J.; Dunn E.; y Valdivia C.
1985 "Impactos de la introducción de leche en el ingreso familiar: El caso de la economía de subsistencia de San José Llanga". En: *IBTA* 144, Boletín Técnico del Instituto Boliviano de Tecnología Agropecuaria y SR-CRSP (Small Ruminant Collaborative Research Support Program). La Paz.

Correa, Gustavo
1997 Seminario Internacional sobre estrategias campesinas. Sucre: PIED ANDINO.

Delgado, Freddy
1992 *La agroecología en las estrategias del desarrollo rural*. Cuzco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas.

Durt, Etienne
1996 "Articulación de los mercados en el mundo andino". En: *Ruralter* No. 9 La Paz: CICDA.

De la Cadena, Marisol y Golte, Jurgüen
1983 "La codeterminación de la organización social andina". En: *Allpanchis* No. 22, Año XIII, Lima.

De Rementería, Iván
1987 *La economía campesina y el mercadeo agropecuario* (mimeógrafo). La Paz: FLACSO.

Espinoza, Waldemar
1987 *Artesanos, transacciones, monedas y formas de pago en el mundo andino, siglos XV y XVI*. Lima: Banco Central de Reserva del Perú.

FCAP-UTO
1990 Revista *Buena Siembra* No. 1, Año 1. Oruro, Bolivia.

Felipe, Efraín
1998 *El rol del trueque en la estructura socioeconómica de la comunidad C. Nube Pam, provincia Franz Tamayo, La Paz*. Tesis para optar al título de licenciatura en ingeniería agrónoma, Universidad Técnica de Oruro. Oruro.

Figueroa, Adolfo
1981 *La economía campesina de la Sierra del Perú*. Lima: PUC, Fondo Editorial.

Golte, Jurgen
1980 *La racionalidad de la organización andina*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).

Gonzáles de Olarte, Efraín
1984 *Economía de la comunidad campesina. Economía política del campesinado en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
1987 *La lenta modernización de la economía campesina. Diversidad, cambio técnico y crédito en la agricultura andina*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).

Harris, Olivia
1987 *Economía étnica*. La Paz: Ed. Hisbol.

Hinojosa, Alfonso
2000 *Idas y venidas*. La Paz: PIEB.

Kervin, Bruno
1986 *La economía campesina en el Perú. Teorías y políticas*. Cuzco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas.

Karasik, Gabriela
1984 *Intercambio tradicional en la puna jujeña*. Argentina: RUNA.

Lagos, María
1983 *Transportistas and Petty Producers in Bolivia an Enquiry into Intermediation and production*. GSAS Anthropology.

Llanque, Jorge
1998 *Los migrantes bolivianos en San Salvador de Jujuy*. Tesis para optar al título de licenciatura en Antropología, Universidad Técnica de Oruro. Oruro.

Mayer, Enrique
1996 "Campesinos y neoliberalismo: discusión sobre la teoría económica del campesinado, con énfasis en el medio andino". (www.ciedperu.org/cied/libros.htm) (octubre de 2001).

Montoya, Rodrigo
1986 *El factor étnico y el desarrollo andino*. Cuzco: UNA y Centro de Estudios Regional Andino Bartolomé de las Casas.

Mossbrucker, Harald
1989 *La economía campesina y el concepto "comunidad": un enfoque crítico*. IEP Ediciones.

Núñez, René
1998 *Intermediarios comerciantes y productores, la dinámica socioeconómica de la feria de Challapata.* Tesis para optar al título de licenciatura en Antropología, Universidad Técnica de Oruro. Oruro.

Patzi, Félix
1996 *Economía comunera y explotación capitalista*. La Paz: Edcom.

Plaza, Orlando
1997 Seminario Internacional sobre estrategias campesinas. Sucre: PIED ANDINO.

Programa Interinstitucional Suka Kollus (PROSUKO)
1998 *Diagnóstico socioeconómico del municipio de Ancoraimes y Achacachi*. La Paz.

Rejas S., José
1992 *El campesino y su inserción en el mercado (recursos productivos; mercado de bienes e ingresos)*. Cuzco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas.

Ranaboldo, Claudia
1997 Seminario Internacional sobre estrategias campesinas. Sucre: PIED-ANDINO.

Rostworowski *et al*.
1990 *Organización económica en los Andes*. La Paz: Hisbol.

San Martín, Juan *et al*.
1994 "Apuntes de reciprocidad". En: AGRUCO. *Serie técnica* No. 32. Cochabamba.

Schulte, Michael
1999 *Llameros y caseros: la economía regional Kallawaya*. La Paz: PIEB-SINERGIA.

Sotomayor, M.
1987 *Tecnología campesina en el pastoreo altoandino*. Puno: INIAA-CORPUNO-COTESU/IC.

Spedding, Alison y Llanos, David
1999 *No hay ley para la cosecha: Un estudio comparativo del sistema productivo y las relaciones sociales en Chari (provincia Bautista Saavedra) y Chulumani (provincia Sud Yungas).* La Paz: PIEB-SINERGIA.

Temple, Dominique
1989 *Estructura comunitaria y reciprocidad.* La Paz: Hisbol-Chilakolla.

Trichero, Héctor Hugo
1998 *Antropología económica*. Buenos Aires: EUDEBA

Ustariz y Mendoza
1986 "Economías regionales del Perú". En: NÚÑEZ, R. *Intermediarios comerciantes y productores, la dinámica socioeconómica de la feria de Challapata.* Tesis para optar al título de licenciatura en Antropología, Universidad Técnica de Oruro. Oruro, 1998.

Wachtel, Nathan
1989 *Temps a Rebours/Restructuratión Indiennes*. USA.

Zapp J.; Haquim D.; Escóbar J.
2000 *Campesinado y globalización*. La Paz: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Zoomers, Annelies
1992 *Estrategias campesinas en el Surandino de Bolivia. Intervenciones y desarrollo rural en el norte de Chuquisaca y Potosí*. La Paz: Instituto del Trópico (KIT). CEDLA.

Autores

Adalid Bernabé Uño
Es ingeniero agrónomo con estudios de maestría en Agroecología y Desarrollo Sostenible en los Andes. Ha participado en la realización de la tesis de grado AGRUCO "El saber campesino en el desarrollo rural de las comunidades andinas". Además, tiene experiencia de trabajo con tecnologías andinas, monitoreo de suelos y agua y gestión ambiental de municipios.

Efraín Felipe Condori
Es ingeniero agrónomo. Ha participado en la realización de la tesis de grado AGRUCO "El saber campesino en el desarrollo rural de las comunidades andinas". Tiene experiencia de trabajo en gestión municipal, monitoreo de suelos y manejo de alpacas.

Freddy Bernabé Martínez
Es egresado de Agronomía. Tiene experiencia de trabajo en desarrollo de comunidades y gestión municipal.

Geisha Valencia Salinas
Es egresada de economía. Tiene experiencia de trabajo en análisis financiero y apoyo a proyectos.

Roberto Arrázola Serrano
Es egresado de economía. Tiene experiencia de trabajo en apoyo a proyectos.